

Membangun Desa Ranca Kalapa Secara Kolaboratif dan Partisipatif Melalui Pemberdayaan UMKM

¹⁾Didi Suardi, ²⁾Idha Azizah, ³⁾Aisyah Defy R. Simatupang, ⁴⁾Martavevi Azwar, ⁵⁾Shofiah Tidjani, ⁶⁾Oom Komariyah, ⁷⁾Iti Septi, ⁸⁾Nur Jamaludin

¹⁾⁴⁾⁵⁾⁶⁾⁷⁾Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Cendekia Abditama, Tangerang, Indonesia

²⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Cendekia Abditama, Tangerang, Indonesia

³⁾Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Cendekia Abditama, Tangerang, Indonesia

Email Corresponding: sisfokomtek.jpkm@gmail.com

| INFORMASI ARTIKEL | ABSTRAK |
|--|---|
| <p>Kata Kunci: UMKM Inovasi Rebranding Sertifikasi Pelatihan</p> | <p>Keterbatasan informasi dan pemahaman tentang legalitas usaha menjadi salah satu hambatan utama perkembangan UMKM di Desa Ranca Kalapa, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang. Banyak pelaku UMKM di desa ini yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), yang berdampak pada stagnasi usaha dan keterbatasan akses pembiayaan serta pasar. Selain itu, rendahnya inovasi produk, branding, dan strategi pemasaran menyebabkan daya saing produk UMKM cenderung lemah di pasar modern. Program pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa Universitas Cendekia Abditama (UCA) bertujuan memberikan solusi melalui pendekatan terstruktur, meliputi: (1) asistensi pembuatan NIB, (2) inovasi produk, (3) rebranding dan repacking, (4) seminar sertifikasi halal, dan (5) pelatihan pemasaran berbasis digital. Metode ini diawali dengan analisis kebutuhan pelaku UMKM, pendampingan intensif, hingga evaluasi hasil program. Hasil program menunjukkan bahwa seluruh peserta berhasil memperoleh NIB, meningkatkan pemahaman tentang legalitas usaha, dan mengakses peluang pasar yang lebih luas. Salah satu keberhasilan program adalah inovasi produk rengginang dengan varian rasa baru, rebranding produk kembang tahu, dan kemasan baru untuk anyaman bambu. Seminar sertifikasi halal juga mendorong pelaku UMKM memahami pentingnya sertifikasi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Kesimpulannya, program ini mampu meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terhadap aspek legalitas, inovasi, branding, dan pemasaran, sehingga memperkuat posisi UMKM di pasar yang kompetitif. Kolaborasi antara masyarakat, mahasiswa, dan pemerintah desa menjadi faktor kunci keberhasilan program ini untuk pemberdayaan ekonomi lokal.</p> |
| <p>Keywords: MSMEs Innovation Rebranding Certification Training</p> | <p>ABSTRACT</p> <p>Limited information and understanding of business legality is one of the main obstacles to the development of MSMEs in Ranca Kalapa Village, Panongan District, Tangerang Regency. Many MSMEs in this village do not yet have a Business Identification Number (NIB), which has an impact on business stagnation and limited access to financing and markets. Apart from that, the low level of product innovation, branding and marketing strategies means that the competitiveness of MSME products tends to be weak in the modern market. The community engagement program by Cendekia Abditama University (UCA) lecturers and students aims to provide solutions through an integrated stages of program, including: (1) assistance of NIB registaring, (2) innovation of product, (3) product rebranding and repacking, (4) halal certification training and mentoring, and (5) digital marketing training. These programs conducted based on an analysis of the needs of MSMEs owners, intensive coaching, and evaluation and monitoring of programs. This community engagement results the all participants have succeeded gaining the NIB certificates, enhancing the understanding of business legality frame work and benefits, and gaining the more access to the wider market. One of the successes of the program is the innovation of rengginang products with new flavor variants, rebranding of tofu products, and new packaging for bamboo crafts. The halal certification seminar also encourages MSMEs to understand the importance of certification to enhance consumer confidence. In conclusion, this program is able to increase awareness of MSME players regarding aspects of legality, innovation, branding and marketing, thereby strengthening the position of MSMEs in a competitive market. Collaboration between the community, students and village government is a key factor in the success of this program for local economic empowerment.</p> <p>This is an open access article under the CC-BY-SA license.</p> |



I. PENDAHULUAN

Desa Ranca Kalapa, yang terletak di Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, merupakan sebuah wilayah yang mayoritas penduduknya bekerja di sektor swasta serta berwirausaha melalui UMKM. Mengingat besarnya peran UMKM dalam perekonomian lokal, legalitas usaha menjadi langkah awal yang krusial untuk memajukan dan memberdayakan UMKM di desa ini. Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan dokumen yang sangat penting karena berfungsi sebagai pengganti Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), serta memberikan akses legalitas lainnya. NIB adalah syarat wajib bagi pelaku usaha, baik yang baru merintis maupun yang telah lama beroperasi, untuk dapat menjalankan usaha secara sah dan memperoleh berbagai fasilitas pendukung dari pemerintah, seperti pembiayaan perbankan, akses ke marketplace, dan akses kepublikan.

Sayangnya, berdasarkan observasi yang dilakukan oleh mahasiswa pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Cendekia Abdi (UCA), banyak pelaku UMKM di Desa Ranca Kalapa yang belum memiliki pemahaman mendalam tentang pentingnya NIB serta manfaatnya bagi keberlanjutan usaha mereka. Keterbatasan informasi serta rendahnya pemahaman ini menyebabkan UMKM di desa ini mengalami kesulitan dalam mengembangkan usaha dan mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan. Dalam upaya menjawab tantangan tersebut, mahasiswa pengabdian kepada masyarakat UCA menyelenggarakan program Asistensi Pembuatan NIB yang ditujukan bagi pelaku usaha UMKM di Desa Ranca Kalapa. Program ini bertujuan untuk memberikan pendampingan bagi pelaku usaha agar mereka memahami pentingnya NIB serta dapat mengurus pendaftaran NIB melalui aplikasi Online Single Submission (OSS). Selama program berlangsung, tim pengabdian kepada masyarakat berhasil mendampingi tiga pelaku usaha untuk mendapatkan NIB, yang memberikan legalitas resmi bagi usaha mereka dan membuka peluang untuk mengakses pembiayaan serta memperluas jangkauan pemasaran. Program ini memberikan dampak yang signifikan dengan keberhasilan 100% dalam proses pembuatan NIB bagi para pelaku usaha yang didampingi.

Selain program asistensi pembuatan NIB, tim pengabdian kepada masyarakat UCA juga berperan aktif dalam meningkatkan daya saing produk UMKM melalui inovasi dan rebranding. Salah satu contohnya adalah membantu Ibu Anih, pelaku UMKM rengginang, untuk menciptakan produk baru berupa rengginang mini dengan varian rasa "Pedas Daun Jeruk," yang menjadi inovasi baru dalam diversifikasi produk. Program ini tidak hanya meningkatkan nilai jual produk tetapi juga memperluas segmen pasar. Selain itu, program Rebranding dan Repacking dilakukan pada produk-produk UMKM lainnya seperti Kembang Tahu milik Pak Ahadi dan anyaman bambu dari Pak Sarja. Program ini bertujuan untuk memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya tarik produk melalui desain logo baru yang mencerminkan kualitas dan karakteristik unik dari masing-masing produk.

Dengan adanya program ini, para pelaku UMKM di Desa Ranca Kalapa diharapkan dapat lebih siap bersaing di pasar yang lebih luas, memiliki legalitas yang jelas, serta mampu memasarkan produk mereka dengan lebih efektif. Dukungan penuh dari mahasiswa pengabdian kepada masyarakat dan masyarakat setempat menjadikan program ini sebagai langkah awal yang signifikan dalam upaya pemberdayaan dan pengembangan ekonomi di desa ini.

II. MASALAH

Hasil observasi mahasiswa pengabdian kepada masyarakat Universitas Cendekia Abdi (UCA) mengungkapkan bahwa keterbatasan informasi dan pemahaman menjadi penyebab utama permasalahan ini. Selain itu, kurangnya pendampingan dalam proses pendaftaran NIB melalui sistem Online Single Submission (OSS) membuat banyak pelaku UMKM kesulitan untuk memenuhi persyaratan legalitas usaha. Akibatnya, UMKM di desa ini mengalami stagnasi dalam pertumbuhan usaha dan tidak dapat bersaing secara optimal di pasar yang lebih luas. Selain permasalahan legalitas, tantangan lain yang dihadapi UMKM di Desa Ranca Kalapa adalah rendahnya daya saing produk akibat kurangnya inovasi dan strategi pemasaran. Produk-produk seperti rengginang, kembang tahu, dan anyaman bambu masih dikelola secara tradisional dengan branding dan pengemasan yang kurang menarik. Hal ini mengakibatkan produk sulit bersaing, terutama di pasar modern yang semakin kompetitif. Melalui program asistensi pembuatan NIB, inovasi produk, dan rebranding yang dilaksanakan oleh mahasiswa pengabdian masyarakat UCA, diharapkan pelaku UMKM di Desa Ranca Kalapa dapat meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha mereka. Namun, untuk menjamin keberlanjutan program ini, diperlukan kerjasama yang lebih kuat antara pelaku usaha, masyarakat, dan pihak terkait untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi UMKM di desa ini.



Gambar 1. Gambar Peta Desa Ranca Kalapa

III. METODE

Metode Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam Bidang Ekonomi di Desa Ranca Kalapa. Pengabdian kepada masyarakat di bidang ekonomi di Desa Ranca Kalapa bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa tersebut. Metode kegiatan yang diterapkan mencakup beberapa tahapan penting yang dirancang untuk mengatasi berbagai tantangan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat setempat. Berikut adalah metode kegiatan yang diterapkan:

1. Analisis dan Penilaian Awal, Metode pertama adalah melakukan analisis dan penilaian awal terhadap kondisi ekonomi dan UMKM di Desa Ranca Kalapa. Tim pengabdian melakukan kunjungan lapangan untuk mengidentifikasi pelaku usaha, jenis usaha yang dijalankan, dan kendala yang mereka hadapi. Penilaian ini dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan pelaku usaha, dan survey untuk mendapatkan data yang komprehensif tentang kebutuhan dan potensi pengembangan UMKM. Informasi yang diperoleh digunakan untuk merancang program pengabdian yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.;
2. Asistensi Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), Setelah penilaian awal, tim pengabdian memberikan asistensi dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk pelaku UMKM. NIB adalah dokumen penting yang diperlukan untuk legalitas usaha dan akses ke berbagai layanan administratif. Proses ini melibatkan bimbingan teknis kepada pelaku usaha mengenai persyaratan dan prosedur pembuatan NIB. Tim pengabdian membantu dalam pengisian formulir, penyampaian dokumen, dan pemantauan proses pendaftaran hingga NIB diterbitkan. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua UMKM memiliki legalitas yang diperlukan untuk berkembang.;
3. Inovasi Produk dan Peningkatan Kualitas, Setelah aspek legalitas diurus, tim fokus pada inovasi produk dan peningkatan kualitas. Salah satu metode yang diterapkan adalah pengembangan produk baru dan peningkatan kualitas produk yang sudah ada. Misalnya, untuk produk rengginang Ibu Anih, tim membantu menciptakan varian rasa baru berdasarkan umpan balik konsumen. Inovasi ini dilakukan dengan riset pasar, uji coba produk, dan pelatihan kepada pelaku usaha mengenai teknik produksi yang lebih baik. Proses ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan daya saing produk.;
4. Re-Branding dan Re-Packing, Re-branding dan re-packing merupakan langkah penting untuk meningkatkan daya tarik dan pemasaran produk. Tim pengabdian mengidentifikasi UMKM yang membutuhkan perbaikan dalam branding dan kemasan produk mereka. Proses ini melibatkan desain logo baru, pembuatan kemasan yang menarik, dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Misalnya, untuk produk kembang tahu Pak Ahadi dan anyaman bambu Pak Sarja, tim menciptakan desain

logo yang mencerminkan kualitas produk dan identitas lokal. Kemasan yang diperbarui diharapkan dapat menarik perhatian konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

5. Sertifikasi Halal dan Pelatihan Pemasaran, Sertifikasi halal adalah aspek penting dalam meningkatkan nilai jual produk. Tim pengabdian membantu UMKM dalam proses sertifikasi halal dengan menyediakan informasi dan dukungan administratif. Selain itu, pelatihan pemasaran diberikan untuk membantu pelaku usaha memanfaatkan e-commerce dan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Seminar dan workshop diadakan untuk mengedukasi masyarakat tentang strategi pemasaran yang efektif dan manfaat sertifikasi halal.

6. Evaluasi dan Monitoring, Tahapan terakhir adalah evaluasi dan monitoring untuk menilai hasil dari program pengabdian. Tim melakukan evaluasi terhadap penerapan hasil kegiatan, seperti penerbitan NIB, inovasi produk, dan re-branding. Monitoring dilakukan untuk memastikan bahwa UMKM terus berkembang dan mengatasi kendala yang mungkin muncul. Umpan balik dari pelaku usaha digunakan untuk menyempurnakan program dan memberikan dukungan tambahan jika diperlukan.

Metode kegiatan ini dirancang untuk memberikan solusi praktis dan berkelanjutan yang dapat meningkatkan kapasitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Desa Ranca Kalapa. Dengan pendekatan yang terstruktur dan komprehensif, diharapkan UMKM di desa tersebut dapat berkembang secara signifikan dan berkontribusi pada perekonomian lokal.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Asistensi Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Desa Ranca Kalapa, yang terletak di Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten, merupakan wilayah pemukiman dengan mayoritas penduduk yang bekerja di sektor swasta dan wiraswasta. Untuk memajukan usaha mikro dan kecil (UMKM) di desa ini, legalitas awal berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) sangat diperlukan. NIB adalah dokumen penting yang menggantikan Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), dan hak akses kepabeanan. NIB wajib dimiliki oleh semua pelaku usaha, baik yang baru maupun yang sudah beroperasi sebelum NIB diberlakukan. Mahasiswa pengabdian kepada masyarakat di Desa Ranca Kalapa melaksanakan program asistensi pembuatan NIB untuk pelaku usaha UMKM di desa tersebut. Dari hasil observasi, ditemukan bahwa banyak pelaku UMKM belum memahami pentingnya NIB dan belum memilikinya. Hal ini menghambat mereka dalam mengakses pembiayaan perbankan, marketplace, dan memenuhi syarat legalitas lainnya. Selama 7 hari kunjungan dan observasi, tim pengabdian kepada masyarakat berhasil membantu 3 pelaku UMKM dalam proses pembuatan NIB dan memberikan pemahaman tentang pentingnya NIB. Program ini mencapai hasil 100%, dengan pelaku usaha kini memahami cara mengurus NIB secara online melalui aplikasi Online Single Submission (OSS), yang dipelajari melalui tutorial dan artikel yang ada di internet.

2. Inovasi Rengginang Ibu Anih

Ibu Anih adalah seorang pengusaha rengginang yang berbasis di Desa Ranca Kalapa. Selama ini, produk rengginangnya dikenal dengan varian rasa original dan terasi. Namun, Ibu Anih menghadapi tantangan dari sejumlah konsumen yang menginginkan variasi rasa yang lebih beragam. Menyadari potensi pasar yang belum sepenuhnya dimanfaatkan, tim pengabdian kepada masyarakat mengambil langkah proaktif untuk menjawab kebutuhan tersebut. Dalam upaya untuk menyegarkan penawaran produknya dan memenuhi permintaan konsumen, tim pengabdian kepada masyarakat berkolaborasi dengan Ibu Anih untuk menciptakan inovasi dalam produk rengginang. Hasilnya adalah peluncuran varian baru yang disebut "Pedas Daun Jeruk," yang merupakan inovasi dari rengginang mini. Produk ini tidak hanya menambahkan dimensi baru pada pilihan rasa, tetapi juga dirancang untuk menarik perhatian konsumen yang mencari pengalaman rasa yang berbeda dan lebih eksotis. Desain logo untuk produk baru ini dinamai "Remini," yang merupakan singkatan dari "Rengginang Mini." Logo ini dirancang dengan cermat untuk mencerminkan keunikan produk serta menarik perhatian pasar yang lebih luas. Dengan mengadopsi desain yang segar dan menarik, diharapkan "Remini" dapat meningkatkan daya saing produk rengginang Ibu Anih di pasar yang semakin kompetitif. Melalui inovasi ini, Ibu Anih tidak hanya memenuhi permintaan konsumen, tetapi juga memperkuat posisi mereknya dalam industri makanan ringan.

3. Re-Branding dan Re-Packing Produk Kembang Tahu

Pak Ahadi, seorang pengusaha kembang tahu di Desa Ranca Kalapa, menghadapi tantangan signifikan dalam hal branding produk. Selama ini, kembang tahu yang diproduksinya tidak memiliki logo atau elemen ciri khas yang membedakannya dari produk sejenis di pasaran. Untuk mengatasi masalah ini, tim pengabdian kepada masyarakat berinisiatif melakukan re-branding guna meningkatkan visibilitas dan daya saing produk. Re-branding dilakukan dengan merancang logo baru untuk produk kembang tahu yang diberi nama "Kembang Tahu Ranca Kalapa." Logo ini dirancang dengan menggunakan warna merah yang melambangkan keberanian dalam bersaing serta gambar pohon kelapa yang merepresentasikan identitas lokal dari produk tersebut. Pewarnaan merah bertujuan untuk menarik perhatian dan menegaskan keberanian produk dalam menghadapi kompetisi, sementara gambar pohon kelapa menegaskan keterhubungan produk dengan Desa Ranca Kalapa. Dengan adanya logo baru ini, diharapkan produk kembang tahu Pak Ahadi akan lebih dikenal dan diakui oleh konsumen. Re-branding ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pengenalan produk, sehingga kembang tahu Pak Ahadi dapat bersaing lebih efektif di pasar yang lebih luas.

4. Re-Branding dan Re-Packing Produk Anyaman Bambu

Pak Sarja merupakan seorang pengrajin anyaman bambu berpengalaman yang telah lama menjalankan usahanya di Desa Ranca Kalapa. Meskipun produk-produk anyaman bambunya, seperti kipas tangan, nyiru, nampan, dan bakul, memiliki kualitas yang sangat baik, usaha Pak Sarja menghadapi tantangan besar dalam hal branding. Produk-produk ini, yang diproduksi dengan keterampilan tinggi dan bahan bambu berkualitas, sebelumnya tidak memiliki identitas merek yang jelas. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam pemasaran dan pengenalan produk di pasar. Untuk mengatasi masalah ini, tim pengabdian kepada masyarakat mengambil inisiatif untuk melakukan re-branding dan re-packing produk anyaman bambu milik Pak Sarja. Re-branding bertujuan untuk memberikan identitas yang kuat dan meningkatkan daya tarik produk di pasar yang kompetitif. Proses re-branding ini melibatkan desain logo baru yang bertuliskan "Anyaman Bambu," yang dirancang khusus untuk mencerminkan kualitas dan keunikan produk anyaman bambu dari Desa Ranca Kalapa. Logo baru ini menggunakan warna coklat, yang merupakan warna khas bambu, untuk memperkuat kesan alami dan tradisional dari produk tersebut. Desain logo mencakup gambar anyaman yang tidak hanya menunjukkan jenis produk tetapi juga mencerminkan keahlian dan dedikasi Pak Sarja sebagai pengrajin. Warna coklat yang dipilih tidak hanya menggambarkan warna bambu tetapi juga memberikan kesan kehangatan dan keaslian, yang diharapkan dapat menarik perhatian konsumen dan membuat produk lebih mudah dikenali.

Dalam re-packing, produk anyaman bambu Pak Sarja dikemas ulang dengan kemasan yang lebih menarik dan informatif. Kemasan baru ini dirancang untuk melindungi produk selama pengiriman dan penyimpanan serta memberikan informasi yang jelas tentang produk dan pengrajin. Dengan kemasan yang menarik dan informatif, produk anyaman bambu Pak Sarja diharapkan dapat meningkatkan daya tarik visual di rak-rak toko dan pasar, sehingga menarik lebih banyak pelanggan. Re-branding dan re-packing ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi usaha Pak Sarja. Dengan identitas merek yang baru dan kemasan yang lebih menarik, produk anyaman bambu Pak Sarja akan memiliki peluang lebih besar untuk dikenal secara luas dan diterima oleh pasar yang lebih besar. Ini juga diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan membantu Pak Sarja memperluas jangkauan pasar produk anyamannya. Secara keseluruhan, upaya ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk anyaman bambu Pak Sarja, serta memperkuat posisi produk tersebut di pasar. Dengan branding yang lebih baik dan kemasan yang menarik, diharapkan produk anyaman bambu dari Desa Ranca Kalapa dapat bersaing dengan produk sejenis di pasar yang lebih luas dan memberikan dampak positif bagi usaha Pak Sarja.

5. Re-Branding dan Re-Packing Produk Rengginang Oka

Ibu Anih, seorang pengusaha lokal di Desa Ranca Kalapa, telah lama memproduksi rengginang, camilan berbahan dasar beras ketan. Produk rengginang Ibu Anih sebelumnya hanya diberi label harga tanpa adanya elemen branding yang signifikan. Hal ini mengakibatkan produk tersebut kurang dikenal dan sulit bersaing dengan produk sejenis di pasar yang lebih luas. Dalam rangka meningkatkan daya saing dan memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas, tim pengabdian kepada masyarakat dari FEBI UCA memutuskan untuk membantu Ibu Anih dengan re-branding dan re-packing produk rengginangnya. Langkah pertama adalah merancang logo baru untuk "Rengginang Oka", produk unggulan Ibu Anih. Logo ini dirancang dengan tujuan untuk mencerminkan kualitas dan keunikan rengginang yang diproduksi, sekaligus menarik perhatian konsumen. Desain logo "Rengginang Oka" memanfaatkan berbagai warna yang cerah dan

mencolok untuk menonjolkan keberagaman rasa produk. Penggunaan warna yang beragam ini tidak hanya membuat produk lebih menarik secara visual, tetapi juga mencerminkan berbagai varian rasa yang ditawarkan, seperti rasa original, terasi, dan pedas. Dengan desain yang segar dan modern, diharapkan logo ini akan menarik perhatian lebih banyak konsumen dan meningkatkan pengenalan merek di pasar.

Selain itu, kami juga membantu dalam re-packing produk. Kemasan baru dirancang agar lebih menarik dan informatif. Desain kemasan yang baru ini tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk tetapi juga untuk memperkuat brand identity dari "Rengginang Oka". Kemasan yang menarik akan membuat produk lebih menonjol di rak-rak toko dan memberikan kesan profesional kepada konsumen. Re-branding dan re-packing ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi pemasaran produk. Dengan adanya logo yang mencerminkan kualitas dan varian rasa serta kemasan yang menarik, produk Rengginang Oka diharapkan akan lebih mudah dikenali oleh konsumen dan lebih kompetitif di pasar. Langkah-langkah ini juga bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, serta memperluas jangkauan pasar Ibu Anih. Program ini merupakan bagian dari upaya kami untuk memberdayakan UMKM di Desa Ranca Kalapa dengan memberikan dukungan dalam hal branding dan pemasaran. Kami berharap dengan re-branding dan re-packing yang dilakukan, produk Rengginang Oka dapat mencapai kesuksesan yang lebih besar dan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan usaha Ibu Anih serta perekonomian lokal.

6. Branding, Packing, dan Sertifikasi Halal Produk Rengginang Ibu Onah

Dalam upaya meningkatkan kualitas dan daya saing produk rengginang, tim pengabdian kepada masyarakat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Cendekia Abdi (UCA) memberikan dukungan kepada Ibu Onah, seorang pengusaha lokal di Desa Ranca Kalapa. Produk rengginang Ibu Onah sebelumnya tidak memiliki logo atau identitas yang membedakannya di pasar. Untuk membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk, tim kami merancang logo baru dengan nama "Rengginang Ibu Onah". Desain logo ini menggunakan logotype yang mencerminkan karakteristik produk dan keunikan dari Desa Ranca Kalapa. Logo baru dirancang untuk tidak hanya menarik perhatian konsumen tetapi juga memperkuat citra produk sebagai makanan khas daerah. Warna dan desain yang dipilih bertujuan untuk mencerminkan kualitas dan keaslian rengginang yang dihasilkan.

Selain rebranding, program ini juga mencakup proses sertifikasi halal. Sertifikasi halal merupakan langkah penting untuk menambah kepercayaan konsumen terhadap produk dan memperluas jangkauan pasar. Dengan sertifikasi ini, rengginang Ibu Onah dapat memenuhi standar kualitas dan keamanan yang diakui secara luas, sehingga meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif. Proses sertifikasi halal dilaksanakan pada tanggal 8, 12, dan 20 Agustus 2023, dengan bimbingan dari Bapak Abdul Rachman sebagai ketua program pengabdian kepada masyarakat FEBI UCA. Selama proses ini, tim pengabdian kepada masyarakat memastikan bahwa semua persyaratan untuk mendapatkan sertifikasi halal dipenuhi dengan cermat dan sesuai prosedur. Program ini tidak hanya membantu Ibu Onah dalam hal branding dan sertifikasi tetapi juga memberikan pengetahuan tambahan tentang cara mengelola dan memasarkan produk secara efektif. Dengan adanya logo baru dan sertifikasi halal, diharapkan produk rengginang Ibu Onah dapat lebih dikenal, diterima dengan baik oleh konsumen, dan mampu bersaing dengan produk sejenis di pasar.

7. Seminar Sertifikasi Halal dan Pemasaran Produk UMKM

Program pengabdian kepada masyarakat di Desa Ranca Kalapa menyelenggarakan seminar yang berfokus pada sertifikasi halal dan strategi pemasaran untuk produk UMKM. Seminar ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya sertifikasi halal sebagai alat untuk meningkatkan nilai jual produk. Berdasarkan survei dan wawancara yang dilakukan, banyak pelaku UMKM di Desa Ranca Kalapa menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produk mereka. Salah satu masalah utama yang diidentifikasi adalah kurangnya pemahaman tentang sertifikasi halal dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi daya tarik produk di pasar. Sertifikasi halal, yang menunjukkan bahwa produk memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi produk. Dalam seminar ini, peserta diberikan pengetahuan mendalam mengenai manfaat sertifikasi halal. Sertifikasi ini tidak hanya membantu produk menjadi lebih diterima oleh pasar yang luas, tetapi juga dapat membuka peluang baru dalam distribusi dan penjualan. Produk yang bersertifikat halal sering kali memiliki keunggulan kompetitif dalam industri makanan dan minuman, serta produk-produk lainnya yang menargetkan konsumen Muslim. Selain membahas sertifikasi halal, seminar juga fokus pada strategi pemasaran yang efektif. Dalam era digital saat ini, penting bagi UMKM untuk memanfaatkan berbagai platform pemasaran, termasuk e-commerce dan

media sosial. Oleh karena itu, seminar ini mencakup materi tentang cara mengoptimalkan penggunaan e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan bagaimana menggunakan media sosial untuk promosi produk. Peserta diajarkan teknik-teknik pemasaran yang dapat membantu mereka meningkatkan visibilitas produk mereka dan menarik lebih banyak pelanggan.

Seminar ini diharapkan dapat memberikan solusi praktis bagi pelaku UMKM di Desa Ranca Kalapa dalam menghadapi tantangan pemasaran dan memanfaatkan sertifikasi halal sebagai alat untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh, diharapkan pelaku UMKM dapat mengatasi kendala pasar yang ada, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan produk mereka. Melalui pendekatan ini, program pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk mendukung pengembangan UMKM di Desa Ranca Kalapa, memperkuat daya saing mereka di pasar, dan akhirnya, berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi lokal.



Gambar 2. Foto Bersama Seluruh bersama Panitia Perangkat Desa, Dosen dan Mahasiswa di Desa Ranca Kalapa

V. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa FEBI UCA di Desa Ranca Kalapa berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui asistensi legalitas, inovasi produk, rebranding, dan seminar sertifikasi halal. Beberapa poin utama yang dapat disimpulkan dari program ini antara lain: 1) Asistensi Pembuatan NIB, Program asistensi pembuatan NIB berhasil mendampingi tiga pelaku UMKM untuk memperoleh NIB, yang memberikan legalitas awal bagi usaha mereka. Program ini penting untuk membantu pelaku usaha memanfaatkan akses pembiayaan perbankan, pemasaran digital, dan berbagai syarat legalitas lainnya. Hasilnya, 100% peserta program berhasil memahami dan mengurus NIB secara online; 2) Inovasi Produk Rengginang, Tim pengabdian kepada masyarakat membantu Ibu Anih, produsen rengginang, dalam mengembangkan varian produk baru, yaitu rengginang mini dengan rasa "Pedas Daun Jeruk" melalui inovasi produk dan desain logo "Remini". Inovasi ini bertujuan meningkatkan daya tarik dan memperluas pasar. 3) Rebranding dan Repacking Produk UMKM, Kembang Tahu Pak Ahadi**: Tim pengabdian kepada masyarakat membantu merek dagang dan logo baru yang mencerminkan identitas produk kembang tahu khas Desa Ranca Kalapa, dengan tujuan memperluas pasar; 4) Anyaman Bambu Pak Sarja, Proses rebranding dilakukan pada produk anyaman bambu, dengan desain logo dan kemasan baru yang mencerminkan keunikan produk lokal, dan Rengginang Oka dan Rengginang Ibu Onah: Kedua produk rengginang ini dibantu dalam rebranding dan repacking untuk meningkatkan daya saing serta memperluas distribusi; dan 5) Seminar Sertifikasi Halal dan Pemasaran Produk, Seminar ini bertujuan memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM tentang pentingnya sertifikasi halal dalam meningkatkan nilai jual produk. Dengan sertifikasi halal, UMKM diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar melalui platform e-commerce dan media sosial. Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai hasil

yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap legalitas, branding, inovasi produk, dan pentingnya sertifikasi halal, sehingga mampu memperkuat posisi UMKM di pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Kepala Desa Ranca Kalapa beserta seluruh perangkat desa atas dukungan dan bimbingannya dalam pelaksanaan program ini. Penghargaan yang tulus juga kami sampaikan kepada seluruh warga Desa Ranca Kalapa yang telah berperan aktif, menunjukkan semangat kolaborasi yang luar biasa dalam mendukung pengembangan UMKM di desa ini. Kami juga memberikan apresiasi yang tinggi kepada seluruh mahasiswa dan dosen Universitas Cendekia Abditama yang telah bekerja keras dan berdedikasi dalam program ini. Berkat sinergi dari semua pihak, program ini berhasil meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya legalitas usaha, branding, inovasi produk, serta sertifikasi halal. Keberhasilan ini menjadi langkah nyata dalam memperkuat posisi UMKM di pasar yang lebih luas, sekaligus membuka peluang baru bagi pengembangan ekonomi desa. Semoga kerja sama yang telah terjalin ini terus memberikan manfaat berkelanjutan bagi kemajuan UMKM dan masyarakat Desa Ranca Kalapa.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik UMKM Indonesia 2023*. Jakarta: BPS.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Panduan Praktis Legalitas Usaha melalui OSS*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tangerang. (2023). *Laporan Tahunan UMKM Kabupaten Tangerang*. Tangerang: Disperindag.
- Bank Indonesia. (2022). *Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.
- Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko.
- Setiawan, B. (2022). *Strategi Inovasi Produk pada UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing*. Yogyakarta: UGM Press.
- Haryadi, T. (2021). *E-commerce dan Transformasi Digital UMKM di Indonesia*. Bandung: ITB Press.
- Suherman, R., & Widiastuti, N. (2023). "Rebranding UMKM sebagai Strategi Peningkatan Nilai Produk Lokal." *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 9(2), 112-126.
- Irwanto, D. (2022). *Meningkatkan Keberlanjutan UMKM melalui Sertifikasi Halal*. Jakarta: Erlangga.
- Wahyuni, S. (2022). "Efektivitas Program Pengabdian Masyarakat dalam Memberdayakan UMKM." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(1), 45-59.
- Rahman, A. (2023). *Asistensi Pembuatan NIB: Tantangan dan Peluang*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kemenperin. (2023). *Laporan Inovasi UMKM di Indonesia: Analisis dan Rekomendasi*. Jakarta: Kemenperin.
- Utami, F. (2021). "Pentingnya Legalitas Usaha bagi UMKM." *Jurnal Administrasi Publik*, 8(3), 95-108.
- Yusuf, H. (2023). *Rebranding dan Digitalisasi UMKM: Studi Kasus di Wilayah Banten*. Jakarta: Alfabeta.
- Suryana, Y. (2022). *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Kearifan Lokal*. Bandung: Rosda Karya.
- Hasan, M. (2021). *Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM di Desa*. Malang: UB Press.
- Yanti, L., & Widodo, S. (2023). "Dampak Program Sertifikasi Halal terhadap Peningkatan Penjualan Produk UMKM." *Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 78-90.
- Purwanto, J. (2022). *Pengelolaan dan Peningkatan Kapasitas UMKM di Era Digital*. Surabaya: ITS Press.
- Universitas Cendekia Abdi (UCA). (2023). *Laporan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat: Desa Ranca Kalapa*. Tangerang: UCA.