

## PENINGKATAN NILAI PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DESA AWU KECAMATAN LUWUK UTARA KABUPATEN BANGGAI DI ERA DIGITAL

Andini<sup>1</sup>, Iswandi Yabi<sup>2</sup>, Fadlia<sup>3</sup>, Annisa Putri<sup>4</sup>, Muh Aghil Afansyah<sup>5</sup>

Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

[andinisharywahab63@gmail.com](mailto:andinisharywahab63@gmail.com) (penulis), [iswandiyabi11@gmail.com](mailto:iswandiyabi11@gmail.com), [liafadlia0201@gmail.com](mailto:liafadlia0201@gmail.com),  
[nissaputri2424@gmail.com](mailto:nissaputri2424@gmail.com), [agilcpr06@gmail.com](mailto:agilcpr06@gmail.com)

### ABSTRACT

Increasing product value is a very important aspect in the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Increasing product value is an added value in marketing so that consumers are more interested in the products offered. Community service activities carried out by the KKN-T group due to the lack of enthusiasm in Awu Village in increasing product value. The goal to be achieved from this community service program is to provide assistance to Awu Village MSME actors related to business registration on *google maps*, *brand logos* and halal certification. The method used has 3 stages, namely observation or survey, MSME registration through maps, brand logo making, socialization of halal certification programs, data collection of MSMEs participating in halal certification, and implementation of halal certification assistance. The number of MSMEs that have been recorded by the Thematic KKN team in Awu Village can be known around 6 MSMEs and those who are willing and have successfully registered their businesses on *google maps* are 2 MSMEs, the creation of the Brand 1 MSME logo, and the registration of halal certification as many as 2 MSMEs.

**Keywords:** Increasing the Value of MSME Products, Digital Era

### ABSTRAK

Peningkatan nilai produk menjadi aspek yang sangat penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Peningkatan nilai produk menjadi nilai tambah dalam pemasaran agar konsumen lebih tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan kelompok KKN-T karena kurangnya antusiasme di Desa Awu dalam peningkatan nilai produk. Tujuan yang ingin dicapai dari program pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM Desa Awu

terkait pendaftaran usaha di *google maps*, *logo brand* dan sertifikasi halal. Metode yang digunakan terdapat 3 tahapan, yaitu observasi atau survei, pendaftaran UMKM melalui maps, pembuatan logo brand, sosialisasi program sertifikasi halal, pendataan UMKM yang mengikuti sertifikasi halal, dan pelaksanaan pendampingan sertifikasi halal. Jumlah UMKM yang telah didata oleh tim KKN Tematik di Desa Awu dapat diketahui sekitar 6 UMKM dan yang berkenan dan berhasil didaftarkan usahanya di *google maps* sebanyak 2 UMKM, pembuatan logo Brand 1 UMKM, dan pendaftaran sertifikasi halal sebanyak 2 UMKM.

**Kata Kunci:** Peningkatan Nilai Produk UMKM, Era Digital

**Artikel History:**

Submitted : 07 Juni 2024

Revised : 24 Juni 2024

Accepted : 29 Juni 2024

## LATAR BELAKANG MASALAH

Wirausaha adalah suatu program berusaha yang mewajibkan seorang pengusaha ulet, terampil, dan kreatif. Program inilah yang gencar digaungkan oleh pemerintah kita sebagai upaya pemecahan masalah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia dikarenakan dengan berwirausaha seseorang tidak akan lagi menganut prinsip klasik yaitu mencari sebuah pekerjaan, namun seseorang akan membuka lapangan pekerjaan bagi sesamanya. (Zefriyenni et al., 2022)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM adalah salah satu bagian penting dari perekonomian dari suatu daerah maupun negara, dengan mengembangkan UMKM dapat memberikan makna tersendiri dalam meningkatkan nilai pertumbuhan perekonomian negara serta dapat mengurangi nilai kemiskinan dalam suatu negara (Wibowo et al., 2015). Adanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat menjadi tulang punggung dalam perekonomian suatu negara, karena bentuk usahanya dapat membangkitkan perekonomian yang menurun.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, bahwa UMKM memiliki peranan yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara berkembang seperti Indonesia, tetapi juga di negara-negara maju. Di Indonesia, UMKM memiliki peranan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi dan juga berperan penting dalam mengatasi angka pengangguran dan kemiskinan dalam negara, karena dengan adanya usaha mikro dapat menjadi sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan bagi masyarakat.

Salah satu aspek yang sangat penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah adanya Peningkatan nilai produk. Peningkatan nilai produk di era digitalisasi ini sangat penting bagi UMKM. Hal tersebut dapat mempermudah pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya lebih besar dan dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat perlu mendapat perlindungan khusus dalam menghadapi pasar bebas. Perlindungan yang diharapkan adalah dalam bentuk antara lain,



penguatan kapasitas sumber daya manusia, modal, pelatihan, promosi, dan iklim usaha yang kondusif (Suci, 2017).

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM menuju digitalisasi yaitu masih rendahnya sumber daya manusia dan akses teknologi yang belum merata sehingga untuk menghadapi tantangan tersebut harus adanya pendampingan dan edukasi kepada pelaku bisnis yang menginginkan perubahan. Upaya untuk mewujudkan UMKM menghadapi era digital harus adanya suatu gerakan pemberdayaan.

Pelaku UMKM menjadi aktor utama dalam proses pendampingan mengenai peningkatan kapasitas digitalisasi sehingga diperlukan keterlibatan secara langsung dalam pengambilan keputusan antara penyedia jasa platform sosial dan pelaku UMKM sehingga pembentukan kebijakan bisa sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai artinya dalam proses pemberdayaan diperlukan komitmen yang kuat baik dari penyedia jasa platform sosial pihak yang memberdayakan dan pelaku UMKM pihak yang diberdayakan, dalam pihak yang memberdayakan harus menggunakan pendekatan berbasis partisipasi yang menjadi subjek dalam keterlibatan pendampingan. (Fuadi et al., 2021)

Desa Awu, Kecamatan Luwuk Utara, Kabupaten Banggai merupakan salah satu desa yang memiliki sekitar 6 usaha mikro dan kecil. Berdasarkan survei yang telah dilakukan KKNT, UMKM Desa Awu memiliki masalah yaitu belum terdaftar di usahanya di google maps, belum memiliki logo brand, dan belum mempunyai sertifikat halal. Hal tersebut disebabkan oleh minimnya pengetahuan Pelaku UMKM terkait manfaat mengenai peningkatan nilai produk dan terbatasnya informasi mengenai tata cara pengurusan sertifikasi halal. Untuk mengatasi permasalahan diatas, diperlukan dukungan dan bantuan pengembangan terhadap UMKM Desa Awu, sehingga Pemerintah Desa melalui Program Kemitraan Masyarakat yang tertuang dalam kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan dapat menjadi fasilitator pendampingan dan pembinaan UMKM agar mampu berkembang menjadi lebih baik. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari program pengabdian masyarakat ini secara umum adalah memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM Desa Awu terkait digitalisasi marketing dan sertifikasi halal sebagai nilai tambah produk usahanya. Adapun manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah UMKM dapat memiliki peningkatan nilai produk, sehingga mampu memperluas pendistribusian dan pemasaran produknya serta dapat mengembangkan usaha dan bersaing dengan UMKM lainnya.

## **METODE PELAKSANAAN KEGIATAN KKN**

Kegiatan program pengabdian masyarakat oleh mahasiswa KKNT ini dilaksanakan pada tanggal 24 April-25 Mei 2024. Lokasi kegiatan berada di rumah kediaman kepala dusun 1 Desa Awu. Pertama-tama mahasiswa KKNT bekerja sama dengan perangkat Desa Awu untuk mendapatkan data UMKM yang ada di Desa Awu. Adapun tahap-tahap yang dilakukan mahasiswa KKNT dalam melaksanakan pengabdian ini, antara lain:

### 1. Observasi

Pada tahap awal kegiatan pengabdian kami melakukan observasi sebagai bahan pengabdian kami. Selain observasi, kami melakukan wawancara dengan para pelaku UMKM Desa Awu. Pendataan yang dilakukan oleh mahasiswa KKNT yaitu secara *door to door* atau dengan cara mendatangi lokasi atau alamat setiap UMKM yang ada di Desa Awu. Dari hasil observasi yang kami lakukan, diperoleh data bahwa UMKM di Desa Awu masih ada yang belum mengetahui cara mendaftarkan usaha melalui *google maps* dan pembuatan *logo brand* memiliki sertifikasi halal.

### 2. Penyuluhan tentang pentingnya nilai produk

Tim menjelaskan pada pelaku usaha selaku pemilik UMKM mengenai *digitalisasi marketing* dan sertifikasi halal itu sendiri serta menawarkan untuk dibantu dalam proses pendaftarannya bagi UMKM yang ingin melakukan program tersebut

### 3. Pelaksanaan kegiatan

Pada rangkaian kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh mahasiswa KKNT adalah rangka memacu motivasi pelaku UMKM untuk melakukan peningkatan nilai produk usahanya. Dengan demikian, dari rangkaian kegiatan pengabdian kami mengadakan pendampingan dan bimbingan teknis pendaftaran yang dibantu langsung oleh mahasiswa KKNT.

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENGABDIAN

Salah satu tujuan dari upaya peningkatan nilai produk adalah untuk mampu memberikan kemudahan pemilik usaha dalam pengembangan usaha di era digital. Kegiatan ini juga mendukung pendataan UMKM yang sudah ada untuk memudahkan penyaluran bantuan program pemerintah contohnya Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM).

Antusiasme masyarakat Desa Awu terbilang sangat baik terhadap adanya program peningkatan nilai produk usaha. Dengan antusias masyarakat tersebut mempermudah kami dalam melaksanakan program kerja dan masyarakat mendapatkan informasi mengenai manfaat dan keuntungan melalui *digitalisasi marketing* dan sertifikasi halal.

Kegiatan peningkatan nilai produk ini diawali dengan melakukan kegiatan survei atau observasi secara *door to door* atau dengan cara mendatangi ke setiap pemilik UMKM yang ada di Desa Awu. Data yang diperoleh dari kegiatan survei yang telah dilakukan disajikan dalam bentuk tabel. Berikut adalah daftar tabel UMKM Desa Awu:

**Tabel 1.1 UMKM Desa Awu**

Dusun	Jumlah UMKM
Dusun 1	4
Dusun 2	2
<b>TOTAL :</b>	<b>6</b>

*Sumber: Data Primer yang Diolah*

**Tabel 1.2. Pendataan UMKM Dusun 1**

PELAKU USAHA	JENIS UMKM	KETERANGAN
Ibu Ana salatun	Kripik Singkong	Digitalisasi Marketing
Ibu Zamuna Laizi	Kacang Papan	Digitalisasi Marketing
Ibu Wisma Babutung	Kacang telur	Sertifikasi Halal
Ibu Suriyanti	Cake and Cookies	Sertifikasi Halal

*Sumber: Data Primer yang Diolah*

**Tabel 1.3. Pendataan UMKM Dusun 2**

PELAKU USAHA	JENIS UMKM	KETERANGAN
Ibu Katarina	Keripik Pisang	Sertifikasi Halal dan Digitalisasi Marketing
Ibu Srimulyantini	Kripik Singkong	-

*Sumber: Data Primer yang Diolah*

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil observasi mahasiswa KKNT di Desa Awu ada 3 UMKM yang belum memiliki sertifikasi halal selebihnya sudah memiliki. Sedangkan digitalisasi marketing ada 3 UMKM yang ingin mengikuti program tersebut. Pendampingan pembuatan sertifikasi halal yang dilakukan mahasiswa KKNT kepada pelaku usaha atau pemilik UMKM menggunakan acuan dari panduan yang terdapat pada website Si Halal. Dengan adanya pendampingan ini maka UMKM mendapatkan kemudahan untuk mendaftarkan usahanya agar Mendapat sertifikasi halal. Pendampingan juga memberikan pengetahuan kepada UMKM bahwa pembuatan sertifikasi halal mudah dilakukan.



**Gambar 1: Pendaftaran usaha melalui google maps**

Produk yang didaftarkan melalui google maps dapat membuat produk dikenal secara global dan dapat di akses oleh konsumen yang ingin mengetahui lokasi dari penjualan produk.



**Gambar 2: Pendataan UMKM Mengikuti program sertifikasi halal**

Kepemilikan sertifikasi halal bagi UMKM sangatlah penting, karena dapat difungsikan sebagai nilai tambah dari sebuah usaha dan menjadi program dari kementerian Republik Indonesia. Produk yang telah memiliki sertifikasi halal lebih mudah dipasarkan dan mudah mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Selain itu, sertifikasi halal dapat digunakan sebagai tanda pengenal bagi UMKM, baik perseorangan maupun non perseorangan.

Setelah rangkaian pendataan sertifikasi halal dilakukan, selanjutnya adalah pendampingan pendaftaran sertifikasi halal oleh mahasiswa KKNT Bekerja sama pendamping Datokarama halal center.



**Gambar 3: pendamping halal oleh Datokarama halal center**

Hasil dari kegiatan pendampingan pendaftaran sertifikasi halal ini mampu meningkatkan kemampuan dan keterampilan pada warga Desa Awu terutama pelaku usaha terhadap pentingnya sertifikasi halal dalam meningkatkan ketahanan ekonomi juga pengembangan usaha yang lebih cepat dan aman dalam legalitas usahanya. Kelancaran pemasaran dan penjualan suatu produk juga akan berdampak pada omset atau penghasilan suatu Pelaku Usaha UMKM dapat mengalami pengembangan dan strata usaha menjadi lebih tinggi.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan peningkatan nilai produk yang dilakukan oleh mahasiswa KKNT pada pemilik usaha yang terdapat di Desa Awu. Jumlah UMKM yang telah didata oleh tim dapat diketahui sebanyak 6 UMKM dan yang berkenan dan berhasil didaftarkan usahanya di *google maps* sebanyak 2 UMKM, pembuatan logo Brand 1 UMKM, dan pendaftaran sertifikasi halal sebanyak 2 UMKM.

Pendampingan yang dilakukan dalam peningkatan nilai produk dilakukan *door to door* atau mendatangi langsung rumah pemilik usaha dan memberikan penjelasan sedikit mengenai manfaat peningkatan nilai produk usaha.

Evaluasi untuk program kegiatan selanjutnya adalah masih dengan sistem *door to door* dan perlu adanya sosialisasi lebih luas agar lebih banyak pemilik UMKM yang mendapatkan informasi mengenai nilai produk, pentingnya nilai produk, dan manfaatnya memiliki nilai produk bagi usaha UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fuadi, Debi S., Ade Sadikin Akhyadi, and Iip Saripah. "Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial." Diklus: *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah* 5.1 (2021): 1-13.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik DiJeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1):59-66.
- Zefriyenni, Zefriyenni, dkk. "Pengembangan Umkm Berbasis Digital di Umkm Batu Gadang Kecamatan Lubuk Kilangan Padang." Kumawula: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5.3 (2022): 558.