



### EDUKASI DAN PENDAMPINGAN LABEL PANGAN, BRANDING, DAN AKUNTANSI SEDERHANA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK UMKM DI KAWASAN PARIWISATA NASIONAL CANDI BOROBUDUR DESA WRINGINPUTIH, KAB. MAGELANG

*Education And Assistance On Food Labels, Branding, And Simple Accounting As An Attempt To Enhance The Competitiveness Of Ukm Products In The National Tourism Area Of Borobudur Temple, Wringinputih Village, Magelang Regency*

**Naufal Afif<sup>1</sup>, Kartika Pradana Suryatimur<sup>1</sup>, Nabila Faradina Iskandar<sup>2\*</sup>, Martiana Riawati Utami<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Akuntansi Universitas Tidar, <sup>2</sup>Program Studi Teknologi Pangan Universitas Tidar

*Jl. Kapten Suparman No. 39, Potrobangsan, Kota Magelang, Jawa Tengah*

\*Alamat Korespondensi : [nabilaiskandar@untidar.ac.id](mailto:nabilaiskandar@untidar.ac.id)

*(Tanggal Submission: 21 September 2025, Tanggal Accepted : 28 November 2025)*



#### Kata Kunci :

*UMKM,  
Pelabelan  
Pangan,  
Branding,  
Sertifikasi Halal,  
Keuangan*

#### Abstrak :

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian daerah, khususnya di kawasan wisata. Namun, banyak UMKM masih menghadapi hambatan seperti kemasan sederhana tanpa label, belum memiliki sertifikasi halal, dan lemahnya manajemen keuangan. Kondisi tersebut mengurangi daya saing UMKM dalam mengakses pasar modern maupun ekspor. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam pelabelan pangan, branding, serta pengelolaan keuangan. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan edukasi dan pendampingan kepada pelaku UMKM agar mampu meningkatkan legalitas usaha, memperkuat identitas produk, dan memperluas jangkauan pasar. Metode kegiatan dilakukan melalui sosialisasi edukatif, pelatihan, dan pendampingan dengan pendekatan Participatory Rural Appraisal. Kegiatan ini melibatkan UMKM mitra, BUMDes Guyub Rukun, dan penyelia halal LP3H. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memahami pentingnya pelabelan pangan sesuai standar, memperoleh keterampilan membuat label dengan informasi lengkap, serta memulai proses pengajuan NIB, PIRT, dan sertifikasi halal. Peserta juga mendapat pengetahuan tentang branding produk untuk meningkatkan nilai jual dan diferensiasi pasar. Selain itu, mereka mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana dan mengenal



aplikasi digital untuk pengelolaan keuangan. Pendampingan ini mendorong terciptanya produk UMKM yang lebih siap bersaing di pasar modern dan berpotensi masuk ke e-commerce maupun ekspor. Kesimpulannya, kegiatan ini meningkatkan kapasitas UMKM Desa Wringinputih dalam pelabelan, branding, dan keuangan sebagai strategi untuk memperkuat daya saing usaha.

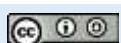
<b>Key word :</b>	<b>Abstract :</b>
<i>MSMEs, Food Labeling, Branding, Halal Certification, Finance</i>	<p>Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting the regional economy, especially in tourist areas. However, many MSMEs still face obstacles such as simple packaging without labels, lack of halal certification, and weak financial management. These conditions reduce the competitiveness of MSMEs in accessing modern markets and exports. This community service activity was carried out to improve MSME actors' understanding and skills in food labeling, branding, and financial management. The purpose of this activity was to provide education and assistance to MSME actors so that they could improve the legality of their businesses, strengthen product identity, and expand market reach. The activity was carried out through educational outreach, training, and mentoring using a Participatory Rural Appraisal approach. This activity involved partner MSMEs, BUMDes Guyub Rukun, and LP3H halal supervisors. The results of the activity showed that participants understood the importance of food labeling according to standards, acquired the skills to create labels with complete information, and began the process of applying for NIB, PIRT, and halal certification. Participants also gained knowledge about product branding to increase sales value and market differentiation. In addition, they began to implement simple financial record-keeping and learned about digital applications for financial management. This assistance encouraged the creation of MSME products that are better prepared to compete in the modern market and have the potential to enter e-commerce and export markets. In conclusion, this activity improved the capacity of MSMEs in Wringinputih Village in labeling, branding, and finance as a strategy to strengthen business competitiveness.</p>

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Afif, N., Suryatimur, K. P., Iskandar, N. F., & Utami, M. R. (2025). Edukasi Dan Pendampingan Label Pangan, Branding, Dan Akuntansi Sederhana Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Di Kawasan Pariwisata Nasional Candi Borobudur Desa Wringinputih, Kab. Magelang. *Jurnal Abdi Insani*, 12(11), 6025-6034. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i11.3162>

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia, khususnya dalam mendukung pengembangan pariwisata daerah. UMKM terbukti mampu berkontribusi sebagai penggerak ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, sarana pemberdayaan masyarakat, serta instrumen pengentasan kemiskinan (Arifa *et al.*, 2025). Selain itu, UMKM juga berfungsi sebagai sarana pemerataan ekonomi rakyat kecil sehingga kesenjangan kesejahteraan dapat diturunkan (Kiswandi *et al.*, 2023). Dalam konteks kawasan wisata, UMKM tidak hanya berperan sebagai penopang perekonomian masyarakat lokal, tetapi juga sebagai penyedia produk dan jasa yang mendukung sektor pariwisata.



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Afif *et al.*, 6026

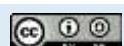
Salah satu contoh UMKM yang beroperasi di kawasan wisata Candi Borobudur di Desa Wringinputih, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. UMKM ini merupakan bagian dari ekosistem ekonomi di sekitar Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Borobudur, yang telah ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata prioritas nasional. Dalam pengembangannya, UMKM ini bermitra dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Guyub Rukun sebagai bentuk sinergi untuk mengoptimalkan potensi produk lokal agar dapat mendukung pariwisata. Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usaha. Berdasarkan observasi dan diskusi dengan pihak UMKM dan BUMDes, ditemukan bahwa produk olahan pangan yang dihasilkan sejak tahun 1997 hingga saat ini masih menggunakan kemasan sederhana berupa plastik polos tanpa label merek, komposisi, tanggal kedaluwarsa, maupun izin edar. Hal ini menjadi hambatan untuk menembus pasar modern seperti supermarket atau platform *e-commerce*, karena pelabelan pangan yang sesuai dengan standar merupakan syarat penting dalam menjaga kepercayaan konsumen dan kepatuhan terhadap regulasi pemerintah (Pekandek, 2023; Rimbawan *et al.*, 2023). Oleh karena itu, menjadi penting bagi UMKM untuk dapat memahami bagaimana pelabelan yang baik, dengan merek atau branding yang melekat, hingga memasarkan secara global dengan bantuan teknologi.

Pelabelan pada produk pangan yang sesuai dengan aturan menjadi aspek krusial dalam memastikan keamanan, kepercayaan konsumen, serta kepatuhan terhadap regulasi pemerintah. Label pada produk pangan merupakan bentuk perlindungan bagi konsumen yang tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga memberikan informasi penting seperti komposisi, tanggal kadaluarsa, nomor izin edar, dan sertifikasi halal atau BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) (Hakim, 2020). Kepatuhan terhadap peraturan pelabelan makanan sangat penting untuk menjaga integritas pasar dan kepercayaan konsumen, pelabelan yang tidak sesuai standar dapat menyebabkan produk sulit masuk ke pasar modern, seperti supermarket atau *e-commerce*, serta menghambat akses ke peluang ekspor (Finnegan & Kryzaniak, 2024).

Salah satu aspek krusial dalam pelabelan adalah sertifikasi halal. Sertifikat halal tidak hanya berfungsi sebagai jaminan kehalalan produk bagi konsumen, tetapi juga meningkatkan nilai jual dan kepercayaan pasar, khususnya di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam (Tahliani & Renaldi, 2023). Saat ini jumlah UMKM di Indonesia adalah 64,4 juta, sedangkan capaian sertifikasi halal sejak Oktober 2019 hingga Februari 2024 baru mencapai 3,8 juta (Rongiyati, 2024). Rendahnya angka sertifikasi halal disebabkan oleh beberapa hal antara lain minimnya informasi tentang pentingnya sertifikasi halal bagi UMKM, minimnya pengetahuan pelaku usaha tentang cara pengajuan sertifikasi halal, serta masih banyaknya pelaku usaha yang belum memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) yang menjadi syarat pengajuan sertifikasi halal. Sertifikasi halal merupakan salah satu syarat penting untuk dapat bersaing di pasar modern maupun ekspor. Tanpa sertifikasi ini, produk UMKM akan sulit menembus jaringan distribusi besar dan berpotensi kehilangan segmen konsumen yang semakin selektif terhadap aspek kehalalan dan keamanan produk pangan.

Selain pelabelan, hal lain yang menjadi aspek krusial bagi UMKM untuk dapat bersaing adalah dengan pemahaman merek atau branding yang baik. Memang memiliki brand yang kuat menjadi tantangan yang berat bagi pelaku usaha yang relatif kecil. Padahal jika dilihat lebih dalam, Branding menjadi wajah bagi produk yang dimiliki oleh pelaku usaha. Pemilihan nama produk, merek, gambar sebagai perwujudan dari brand yang dikembangkan menjadikan produk yang dimiliki dilirik oleh masyarakat (Setiawati, 2019). Riset terdahulu menjelaskan bahwa strategi yang berorientasi pada brand yang dimiliki akan memberikan pertumbuhan jangka panjang yang baik tidak hanya pada kinerja brand yang dikembangkan, melainkan juga kinerja keuangan UMKM (Fluhrer & Brahm, 2025).

Di sektor keuangan, pelaku UMKM juga menyampaikan bahwa hal ini menjadi salah satu tantangan terberat bagi mereka. Pelaku UMKM seringkali kesulitan dalam mengatur uang pribadi dan uang usaha mereka, sehingga pada saatnya membeli kebutuhan untuk modal, uang modalnya telah terpakai untuk kebutuhan pribadi. Hal ini menandakan bahwa kurangnya literasi keuangan pada



pelaku usaha. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemampuan literasi dapat mempengaruhi distribusi kekayaan di antara pihak di dalam UMKM (Molina-García, et., al., 2023). Selain itu, strategi keuangan yang baik, khususnya dalam penganggaran dan pengelolaan pendapatan menjadi salah satu komponen penting untuk mencapai stabilitas finansial (Okeke *et al.*, 2024).

Dengan demikian, edukasi dan pendampingan pengajuan sertifikasi halal sebagai bagian dari pelabelan, branding, dan keuangan merupakan langkah penting yang harus segera diupayakan agar UMKM Desa Wringinputih dapat meningkatkan daya saing sekaligus memperluas jangkauan pasar. Upaya ini sejalan dengan pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya tujuan nomor 1 (No Poverty/Tanpa Kemiskinan) dan tujuan nomor 8 (Decent Work and Economic Growth/Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi). Melalui pemberdayaan ekonomi berbasis produk lokal, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan, mengurangi tingkat kemiskinan, sekaligus mendukung pariwisata berkelanjutan yang menciptakan lapangan kerja baru. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung *Asta Cita* ke-3, yaitu meningkatkan lapangan kerja berkualitas dan mendorong kewirausahaan, serta *Asta Cita* ke-6, yaitu membangun dari desa untuk pemerataan ekonomi dan pemberantasan kemiskinan. Dengan demikian, pendampingan UMKM di Desa Wringinputih tidak hanya memberikan dampak positif bagi pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan desa, pelestarian produk lokal, dan peningkatan daya tarik wisata di sekitar Candi Borobudur.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan sosialisasi pelabelan kemasan pangan dan pendampingan sertifikasi halal dilakukan pada Agustus 2025 di Balai Desa Wringinputih, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Kegiatan diikuti oleh 20 peserta yang merupakan pelaku usaha UMKM di Desa Wringinputih.

Metode yang diterapkan dalam program pengabdian ini adalah *Participatory Rural Appraisal* yaitu suatu metode pendekatan dalam proses pemberdayaan dan peningkatan partisipasi pengelola UMKM. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya sertifikasi halal pada produk pangan dan dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan pengajuan sertifikasi halal untuk UMKM di Desa Wringinputih. Selain itu kegiatan pengabdian ini juga menggunakan pendekatan sosialisasi edukatif karena dinilai sebagai strategi yang efektif dalam menyampaikan informasi ilmiah kepada masyarakat, melalui interaksi dua arah serta pendekatan yang partisipatif (Firman, 2021). Pelaksanaan kegiatan melibatkan Ketua BUMDes Wringinputih, UMKM di Desa Wringinputih, serta penyelia halal dari LP3H (Lembaga Pendamping Proses Produk Halal). Rangkaian kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Wringinputih pada bulan Juli hingga September 2025.

### 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

#### a) Identifikasi Permasalahan (Pra Kegiatan)

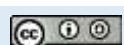
Tahapan persiapan kegiatan diawali dengan koordinasi dengan Ketua BUMDes Wringinputih. Koordinasi ini bertujuan untuk menyepakati waktu kegiatan, topik, dan juga peserta. Berdasarkan hasil obeservasi didapatkan bahwa pelabelan produk yang dimiliki oleh pelaku usaha belum sesuai standar, selain itu brand pada label yang dimiliki belum ada, serta pengelolaan keuangan yang masih seadanya. Identifikasi mitra pelaku usaha dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek antara lain usaha sudah berjalan kurang lebih 3 tahun, belum memiliki izin edar (PIRT), NIB, dan sertifikasi halal, serta berkomitmen dalam menjaga higienitas dan kehalalan proses produksi untuk mempertahankan sertifikat halal.

#### b) Penyusunan dan Perancangan Solusi

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim pengabdian menyusun solusi berupa:

- 1) Pelatihan dan pendampingan pelabelan pada produk pangan
- 2) Pelatihan dan pendampingan *branding* usaha
- 3) Pelatihan dan pendampingan pengelolaan keuangan

#### c) Pelaksanaan Teknis di Lapangan



### 1) Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan pada awal kegiatan pengabdian, berupa pemberian informasi kepada mitra/masyarakat tentang kegiatan PKM yang akan dilakukan, tujuan kegiatan, tahapan pelaksanaan kegiatan, dan jadwal pelaksanaan kegiatan berdasarkan kesepakatan antara tim pengusul dengan mitra. Dengan sosialisasi diharapkan mitra memahami kegiatan PKM yang akan dilakukan dan termotivasi untuk melaksanakan setiap program kerja yang telah disepakati dengan penuh semangat, ikhlas, atau tidak terpaksa demi terwujudnya tujuan kegiatan ini.

### 2) Pelatihan

#### 1. Pelatihan Pelabelan pada Produk Pangan

Pelatihan ini diperlukan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada Pelaku UMKM tentang klaim yang dituliskan pada label produk pangan. Edukasi pelabelan kemasan serta sertifikasi halal dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha, mengenai pentingnya label kemasan yang sesuai standar dan kewajiban sertifikasi halal. Label pangan tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga memberikan jaminan informasi yang transparan kepada konsumen, seperti komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, nomor izin edar, serta status halal. Dengan adanya label kemasan, konsumen terlindungi dari potensi kerugian dan pelaku usaha memperoleh nilai tambah berupa peningkatan kepercayaan dan daya saing produk di pasar.

#### 2. Pelatihan Pengelolaan Keuangan

Pelatihan pengelolaan keuangan dilakukan untuk memberikan pemahaman terkait pencatatan dan pengelolaan keuangan yang baik dengan menggunakan sistem yang mudah dan sederhana, sehingga dapat mewujudkan pengelolaan yang transparan, terukur dan akuntabel.

#### 3. Pelatihan Pembuatan Branding Usaha

Pelatihan branding dilakukan untuk memberikan penguatan brand atau merek pada produk Keripik dan turunannya yang dimiliki oleh UMKM.

### 3) Pendampingan

#### 1. Pendampingan Pelabelan pada Produk Pangan

Pendampingan ini meliputi pembuatan label dan pencantuman klaim produk yang dapat dituliskan pada label pangan.

#### 2. Pendampingan Pengelolaan Keuangan

Pendampingan pengelolaan keuangan meliputi pencatatan akuntansi secara komputerisasi terkait transaksi-transaksi penjualan dan pencatatan keuangan secara sederhana.

#### 3. Pendampingan Branding Usaha

Pendampingan pembuatan branding usaha yang memiliki nilai jual.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah melakukan sosialisasi kepada mitra Bumdes Guyub Rukun. Kegiatan ini dilakukan untuk menjelaskan kegiatan yang akan dilaksanakan oleh tim pengabdian. Kegiatan ini dilaksanakan di Bumdes Pertamina Wringinputih dan di beberapa rumah pelaku usaha.

Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan pelabelan kemasan dan pendampingan sertifikasi halal dilakukan pada bulan Agustus 2025 yang bertempat di Balai Desa Wringinputih. Kegiatan diikuti oleh pelaku usaha yang ada di Desa Wringinputih. Topik edukasi mengenai pelabelan kemasan dan



sertifikasi halal terdiri dari: (1) Pentingnya label kemasan sebagai perlindungan konsumen, (2) Komponen pada label kemasan pangan meliputi nama produk, daftar komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, izin edar (BPOM/MD/PIRT), label halal (BPJPH/MUI), dan berat/isi bersih, (3) Pentingnya label halal, regulasi sertifikasi halal, aspek teknis produk halal, serta tahapan registrasi sertifikat halal, (4) Manfaat label kemasan bagi konsumen dan produsen, (5) Praktik pencantuman label kemasan meliputi tata letak, ukuran huruf, bahasa Indonesia wajib, serta kesalahan yang harus dihindari. Kegiatan sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Sosialisasi pelabelan kemasan dan sertifikasi halal

Pelabelan pangan yang sesuai dengan standar merupakan salah satu aspek krusial dalam menjamin perlindungan konsumen sekaligus meningkatkan daya saing produk UMKM. Selama ini pelaku usaha tidak mencantumkan label pada produk yang dijual (Gambar 2). Tidak ada merk dan identitas produk. Label pangan berfungsi tidak hanya sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai sarana komunikasi informasi penting kepada konsumen, seperti komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, kandungan gizi, nomor izin edar, dan status halal. Informasi ini memberikan jaminan keamanan serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka pilih (Hermanianto *et al.*, 2021).

BPOM sebagai Lembaga yang memiliki wewenang dalam mengatur regulasi kemasan telah menetapkan aturan yang ketat mengenai pelabelan pangan, termasuk kewajiban mencantumkan label halal dan informasi gizi. Kepatuhan terhadap aturan ini menjadi syarat mutlak agar produk dapat beredar secara legal di pasar modern dan memiliki peluang masuk ke pasar ekspor (Nurcahyo, 2018). Penelitian internasional menunjukkan bahwa label gizi pada kemasan dapat memengaruhi perilaku konsumen untuk mengurangi konsumsi zat berisiko seperti gula, garam, dan lemak jenuh, sekaligus mendorong produsen melakukan reformulasi produk agar lebih sehat (Shangguan *et al.*, 2019; Guo *et al.*, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pelabelan bukan sekadar kewajiban administratif, tetapi juga instrumen strategis dalam membangun citra merek, meningkatkan loyalitas konsumen, serta mendorong transparansi industri pangan.



Gambar 2. Produk yang dijual oleh pelaku usaha.



Bagi UMKM, urgensi pelabelan semakin nyata karena tanpa label yang sesuai standar, produk sulit bersaing di pasar modern dan cenderung terbatas pada distribusi konvensional. Padahal, dengan adanya label yang memenuhi regulasi, termasuk label halal, produk UMKM dapat memperoleh nilai tambah, memperluas jangkauan pasar, dan membuka peluang ekspor. Oleh karena itu, kegiatan selanjutnya adalah pendampingan UMKM dalam memahami pentingnya pelabelan pangan serta tata cara penerapannya menjadi salah satu langkah strategis untuk memperkuat keberlanjutan usaha sekaligus mendukung perlindungan konsumen. Kegiatan ini tersaji pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses pendampingan pendaftaran NIB, PIRT, dan sertifikasi halal.

Kegiatan pendampingan ini dilakukan untuk pendaftaran PIRT, NIB, dan juga sertifikasi halal. Pendampingan dilakukan secara bertahap dengan fokus pada pemenuhan dokumen legalitas usaha, yakni pendaftaran PIRT, penerbitan NIB, serta pengajuan sertifikat halal. Proses ini melibatkan koordinasi dengan LP3H dan pendampingan teknis dalam penyusunan dokumen administrasi. Pendampingan juga difokuskan pada praktik penyusunan label kemasan yang sesuai standar. Mitra dilatih untuk membuat desain label yang menampilkan informasi penting seperti komposisi, kode produksi, tanggal kedaluwarsa, izin edar, serta logo halal. Produk hasil pendampingan diharapkan lebih siap bersaing di pasar modern maupun e-commerce.

Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai identitas legal usaha menjadi pintu masuk utama agar pelaku usaha dapat mengakses berbagai fasilitas, termasuk pembiayaan, pelatihan, dan program pemerintah. Legalitas usaha melalui NIB juga memberikan kepastian hukum sehingga usaha dapat berkembang secara formal dan lebih dipercaya konsumen maupun mitra usaha (Puspitasari dan Widodo, 2024). PIRT yang diterbitkan oleh Dinas Kesehatan menjadi bukti bahwa produk pangan rumah tangga telah memenuhi standar keamanan dan higienitas yang ditetapkan, sehingga konsumen mendapatkan jaminan bahwa produk aman untuk dikonsumsi (Rizkaprilisia *et al.*, 2022).

Proses pendampingan yang dilakukan melalui edukasi, asistensi dokumen, hingga praktik teknis penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Dengan memperoleh NIB, PIRT, dan sertifikasi halal, UMKM tidak hanya memperoleh legalitas formal, tetapi juga memiliki posisi tawar yang lebih tinggi dalam persaingan pasar modern.

Kegiatan lainnya adalah pelatihan dan pendampingan pembuatan brand atau merek usaha. Setelah pelaku usaha memahami pentingnya label pada produk pangan, kemudian di berikan edukasi mengenai pentingnya merek pada usaha. Masih banyak pelaku usaha yang hanya menuliskan nama produk pada label kemasannya tanpa ada merek dari pelaku usaha. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan wawasan kepada pelaku usaha, bahwa untuk memberikan nilai lebih dan pembeda dengan produk serupa yang lain, serta agar dapat lebih dipercaya dengan sertifikat halal yang dimiliki, maka sangat perlu bagi pelaku usaha untuk membubuhkan nama usahanya pada kemasan. Kegiatan ini tersaji seperti pada Gambar 4.





Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan Branding dan Akuntansi

Bersamaan dengan kegiatan pelatihan branding, penguatan manajemen keuangan pada pelaku usaha juga dilakukan. Hal ini dilakukan karena masih sangat banyak pelaku usaha yang terjebak dengan pola pikir yang menyamaratakan antara uang belanja sehari-hari dengan uang usahanya. Selain itu, penggunaan aplikasi pengelolaan keuangan secara digital juga dikenalkan pada kegiatan ini, untuk memberikan opsi kepada pelaku usaha tentang berbagai macam cara untuk mengelola uang usahanya.

Kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan peningkatan pengetahuan bagi pelaku usaha, tetapi juga mendorong terciptanya produk pangan yang lebih berkualitas, aman, dan sesuai regulasi. Melalui pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan UMKM mampu memiliki legalitas usaha, label kemasan yang informatif, sertifikasi halal yang sah, serta mampu mengelola keuangan dengan lebih baik sehingga dapat meningkatkan daya saing produk di pasar, memperluas jangkauan pemasaran, serta membangun kepercayaan konsumen secara lebih kuat. Upaya ini sejalan dengan strategi pengembangan UMKM nasional yang menekankan pentingnya formalitas, keamanan pangan, dan sertifikasi halal sebagai syarat utama dalam membangun kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, serta mendukung target Sustainable Development Goals (SDGs) nomor 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia (Kemdiktisaintek) atas dukungan pendanaan dalam kegiatan Pengabdian Skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) Tahun Anggaran 2025.

## DAFTAR PUSTAKA

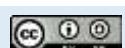
- AArifa, I., Choiiri, A., Wibowo, W., Aminuddin, A., & Panggabean, N. A. (2025). Peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian nasional. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(4), 5376–5385.
- Finnegan, Y., & Kryzaniak, S.-A. (2024). Clean labels in the food industry: Regulatory considerations and challenges in balancing consumer demand, safety and sustainability. *Food Science and Nutrition Cases*. <https://doi.org/10.1079/fsncases.2024.0017> researchgate.net+1
- Firman, A. A. (2021). Pemberdayaan masyarakat di desa berbasis komunitas: Review literatur. *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta STIA Mataram*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v7i1.196>
- Fluhrer, P., & Brahm, T. (2025). How small businesses build their brands in a digital world: A systematic review. *Review of Managerial Science*. <https://doi.org/10.1007/s11846-025-00931-9>
- Guo, Z., Ning, Y., & Mustafa, M. (2024). Impact of five types of front-of-package nutrition labels on consumer behavior among young adults: A systematic review. *Nutrients*, 16(17), 2819. <https://doi.org/10.3390/nu16172819>



- Hakim, A. R. (2020). Perlindungan konsumen terhadap peredaran produk makanan dan minuman tanpa label. *Yustitia Belen*, 6(2), 98–110. <https://doi.org/10.36563/yustitiabelen.v6i2.248>
- Hermanianto, J., Purwandani, A. A., & Muhandri, T. (2021). Pemenuhan peraturan pelabelan pada produk IRTP di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Mutu Pangan: Indonesian Journal of Food Quality*, 8(1), 25–33. <https://doi.org/10.29244/jmpi.2021.8.1.25>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2025). *Indonesia kokoh di peringkat tiga ekonomi syariah global: Perkuat posisi sebagai pemain kunci dunia*. Jakarta: Kementerian Keuangan RI. Diakses 13 September 2025, dari <https://kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Indonesia-Peringkat-Tiga-Ekonomi-Syariah-Global>
- Kirana, S. A. (2024). 5 negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia, Indonesia peringkat berapa. Diakses 13 September 2024, dari <https://www.viva.co.id/gayahidup/inspirasi-unik/1696508-5-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-di-dunia-indonesia-peringkat-berapa>
- Kiswandi, F. R. P., Setiawan, M. C., & Ghifari, M. A. (2023). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen (JIEM)*, 1(4), 154–162. <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.328>
- Molina-García, A., Diéguez-Soto, J., Galache-Laza, M. T., & Campos-Valenzuela, M. (2023). Financial literacy in SMEs: A bibliometric analysis and a systematic literature review of an emerging research field. *Review of Managerial Science*, 17(3), 787–826. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00556-2>
- Nurchahyo, E. (2018). Pengaturan dan pengawasan produk pangan olahan kemasan. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 7(3), 370–382.
- Okeke, N. I., Bakare, O. A., & Achumie, G. O. (2024). Forecasting financial stability in SMEs: A comprehensive analysis of strategic budgeting and revenue management. *Open Access Research Journal of Multidisciplinary Studies*, 8(1), 139–149. <https://doi.org/10.53022/oarjms.2024.8.1.0055>
- Pakendek, A. (2023). The importance of food labeling on food and beverage products as a form of consumer protection (case study in the canteen of the Catholic Elementary School of Santo Redemptus Pamekasan and the Junior High School of Santo Thomas Pamekasan). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(2), 409–421.
- Puspitasari, A. H., & Widodo, C. (2024). Peranan nomor induk berusaha (NIB) sebagai legalitas usaha bagi pertumbuhan bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti. *MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, 2(4), 17–27. <https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i4.755>
- Rimbawan, R., Mauludyani, A. V. R., & Rusyda, A. L. (2023). Compliance level to food labelling regulation for micro and small-sized enterprises products: A descriptive study in Wonosobo District, Indonesia. *Jurnal Mutu Pangan: Indonesian Journal of Food Quality*, 10(1), 33. <https://doi.org/10.29244/jmpi.2023.10.1.33>
- Rizkaprilisa, W., Hapsari, M. W., Anggraeni, N., Murti, P. D. B., & Mahardika, A. (2022). Edukasi keamanan pangan dan sertifikat produksi pangan industri rumah tangga (SPP-IRT) UMKM di Kelurahan Wonotingal. *Jurnal Pengabdi*, 5(2), 177–184.
- Rongiyati, S. (2024). Pemberlakuan kewajiban sertifikasi halal bagi UMKM. *Info Singkat*, XVI(7/I/Pusaka), April 2024. Pusat Analisis Keparlemenan, Badan Keahlian DPR RI.
- Setiawati, S. D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i1.4864>
- Shangguan, S., Afshin, A., Shulkin, M., Ma, W., Marsden, D., Smith, J., Saheb-Kashaf, M., Shi, P., Micha, R., Imamura, F., Mozaffarian, D., & Food PRICE (Policy Review and Intervention Cost-Effectiveness) Project. (2019). A meta-analysis of food labeling effects on consumer diet behaviors and industry practices. *American Journal of Preventive Medicine*, 56(2), 300–314. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2018.09.024>



Tahliani, H., & Renaldi, R. (2023). Sertifikasi halal dan implikasinya untuk meningkatkan daya saing perusahaan. *Syarie*, 6(1). <https://doi.org/10.51476/syarie.v6i1.444>.



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Afif et al., **6034**