



Optimalisasi *Branding* dan Legalitas Usaha dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM di Desa Kebumen Baturaden

Yoiz Shofwa Shafrani^{1*}, Ida Puspitarini Wahyuningtyas², Diah Sari Destiana³,
Titi Salma Ayuni⁴

Program Studi Ekonomi Syariah

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

e-mail: shafraniy@uinsaizu.ac.id, idapuspitarini@uinsaizu.ac.id, diahsari@uinsaizu.c.id,
224110201227@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstrak

Mayoritas pelaku usaha di Desa Kebumen, Baturaden, masih berstatus pedagang kecil informal dengan permasalahan utama pada rendahnya legalitas usaha (NIB dan Sertifikasi Halal) serta kurangnya keterampilan branding yang profesional. Hal ini menghambat daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Tujuan pengabdian masyarakat (PkM) ini adalah mentransformasi 20 kelompok usaha kecil menjadi UMKM formal melalui penguatan legalitas dan branding produk unggulan. Metode yang digunakan adalah *Asset-Based Community Development* (ABCD), yang berfokus pada potensi lokal melalui workshop dan pendampingan teknis intensif. Hasilnya, terjadi peningkatan signifikan pada kesadaran dan komitmen pelaku usaha untuk mengurus NIB dan Sertifikasi Halal. Secara taktis, telah dihasilkan prototype kemasan dan stiker re-branding yang meningkatkan nilai visual dan kredibilitas produk. Program ini berhasil meletakkan dasar profesionalisme usaha dan legalitas. Legalitas dan identitas merek yang kuat merupakan fondasi krusial bagi UMKM untuk meningkatkan akses pasar, permodalan, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *Daya Saing, Branding, UMKM, Legalitas Usaha, ABCD.*

Abstract

The majority of businesses in Kebumen Village, Baturaden, are still small, informal traders, with the main problems being low business legitimacy (NIB and Halal Certification) and a lack of professional branding skills. This hinders the competitiveness of local products on the broader market. The objective of this community service programme is to transform 20 small business groups into formal MSMEs by strengthening the legality and branding of their leading products. The method used is *Asset-Based Community Development* (ABCD), which focuses on local potential through workshops and intensive technical assistance. As a result, there has been a significant increase in the awareness and commitment of business owners to obtain NIB and Halal Certification. Tactically, packaging prototypes and rebranding stickers have been produced, which enhance the visual value and credibility of the products. This programme has successfully laid the foundations for business professionalism and legality. Legality and a strong brand identity are crucial foundations for MSMEs to increase market access, capital, and achieve sustainable business growth.

Keywords: *Competitiveness, Branding, MSMEs, Business Legality, ABCD.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) disebut sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia (Al Farisi, Iqbal Fasa, and Suharto 2022). Kontribusinya sangat nyata dalam menciptakan lapangan pekerjaan, pemerataan pendapatan, dan pertumbuhan ekonomi daerah (Aliyah 2022). Secara keseluruhan, untuk kabupaten Banyumas memiliki UMKM pada tahun 2023 sejumlah 89.553 unit, dengan rincian, usaha mikro sejumlah 89.477 unit, usaha kecil sejumlah 21 unit, dan usaha menengah sejumlah 55 unit (Wibowo and Bakri 2024)(Banyumas 2024). Akan tetapi jumlah tersebut belum merata di seluruh kabupaten Banyumas, sebagian besar masih terpusat di kawasan perkotaan.

Kecamatan Baturaden adalah salah satu daerah yang memiliki potensi wisata yang besar tetapi tidak seiring dengan banyaknya jumlah UMKM yang ada. UMKM di Kecamatan Baturaden, memainkan peran sentral dalam dinamika ekonomi lokal. Wilayah ini dikenal memiliki potensi pariwisata alam dan budaya yang menyertai produk kerajinan tangan, makanan olahan, serta layanan pendukung wisata. Desa Kebumen merupakan desa yang memiliki lokasi strategis karena memiliki dekat dengan beberapa destinasi wisata Baturaden, yang semestinya memiliki potensi untuk berkembangnya UMKM. Pada kenyataannya data yang ada justru tidak melihat adanya UMKM di desa tersebut. Secara demografi penduduk yang memiliki sumber mata pencaharian sebagai pedagang adalah 119 jiwa dari total penduduk 3783 jiwa, sehingga usaha yang dilakukan oleh penduduk belum dikategorikan sebagai UMKM.

Masyarakat desa Kebumen pernah membuka tujuan wisata yang berjudul "Pasar Pinggir Alas". Lokasi wisata ini memiliki konsep seperti pasar tempo dulu yang menjajakan kuliner dan snack tempo dulu (Nugroho n.d.). Lahan milik pribadi (Sudiro) seluas 3000m² dibangun dengan konsep pasar tempo dulu, dengan isi lapak adalah makanan dan minuman tradisional. Pada akhirnya pasar tersebut hanya bertahan selama kurang lebih 4 bulan. Namun, potensi besar ini belum sepenuhnya teroptimalkan. Mayoritas warga desa Kebumen bergerak dalam bidang perdagangan makanan dan minuman tradisional. Produk-produk ini memiliki daya tarik yang khas dan nilai budaya yang tinggi, tetapi masih bergantung pada cara pemasaran yang konvensional. Keterbatasan kemampuan masyarakat dalam menggunakan media digital menjadi salah satu penyebab yang menghambat pengembangan pasar. Tanpa kemampuan tersebut, potensi ekonomi desa hanya akan berputar di lingkup local (Nopita et al. 2023).

Observasi awal menunjukkan bahwa banyak penduduk di Desa Kebumen yang memiliki mata pencaharian sebagai pedagang tetapi belum bisa dikatakan sebagai UMKM. Setiap UMKM adalah sebuah usaha, namun tidak semua pedagang (terutama yang sangat kecil dan informal) dapat diklasifikasikan sebagai UMKM berdasarkan kriteria formal yang ditetapkan undang-undang. UMKM memiliki cakupan yang lebih luas dan terstruktur dengan potensi pengembangan yang lebih terencana (Nurdin et al. 2019).

Melihat kenyataan tersebut, maka masih sangat diperlukan adanya pemetaan dan inisiasi pengklasifikasian kelompok pedagang yang ada di desa Kebumen. Adanya keterbatasan pengetahuan dan praktik produksi yang memenuhi standar, khususnya dalam konteks produk halal. Semakin tingginya kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk, masih banyak pengusaha kecil yang belum memahami betapa pentingnya sertifikasi halal dalam memperluas kepercayaan dan pasar (Ahmad, Wahab, and Bhd 2004) (Aisi 2023). Pedagang Desa Kebumen masih banyak yang belum mengimplementasikan prinsip-prinsip produksi halal, baik dari segi bahan baku, proses produksi, maupun sanitasi. Menurut (Vizano, Khamaludin, and Fahlevi 2021), sertifikasi halal tidak hanya memberi jaminan bagi konsumen Muslim, tetapi juga menjadi cara untuk membangun merek yang bisa meningkatkan daya saing usaha kecil menengah di tingkat nasional dan internasional. Namun, di Desa Kebumen, kurangnya informasi dan kesulitan mengakses lembaga sertifikasi halal membuat para pelaku usaha belum bisa menerapkan standar tersebut secara tetap dan konsisten.

Desa Kebumen, aset tersebut meliputi semangat kewirausahaan masyarakat, keberadaan bahan baku lokal, serta potensi pariwisata yang dapat menjadi pasar bagi produk UMKM. Dengan pendekatan metode ABCD, masyarakat akan dilibatkan secara aktif dalam proses pemetaan potensi, identifikasi kebutuhan pelatihan, dan pengembangan solusi branding yang sesuai dengan konteks lokal mereka. Pengembangan branding sangat penting, karena dengan branding yang efektif dapat meningkatkan visibilitas produk dan kepercayaan konsumen, terutama untuk produk yang bersertifikat halal (Azizah Asmara and Purwati 2023) (Nopita et al. 2023) (Rusdi et al. 2024). Integrasi antara branding dengan sertifikasi halal pada produk akan dapat meningkatkan daya saing dan daya tarik pasar, seperti yang terlihat dalam berbagai studi kasus usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Amri, Putri, and Soufyan 2024). Pengembangan branding sangat penting, karena dengan branding yang efektif dapat meningkatkan visibilitas produk dan kepercayaan konsumen, terutama untuk produk yang bersertifikat halal (Hasni et al. 2023). Integrasi antara branding dengan sertifikasi halal pada produk akan dapat meningkatkan daya saing dan daya tarik pasar, seperti yang terlihat dalam berbagai studi kasus usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Kundu and Jyote 2020) (Nuraisyah, Praja, and Anwar 2023) (Amri et al. 2024).

Kegiatan pendampingan masyarakat ini menggunakan metode berbasis Aset (ABCD). Metode *Asset-Based Community Development (ABCD)* menawarkan kerangka kerja yang relevan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Pendekatan ABCD akan membantu mengidentifikasi sumber daya yang tersedia di dalam masyarakat. Model ABCD merupakan salah satu metode pengembangan masyarakat yang didasarkan pada kapasitas yang bersumber dari masyarakat. Dengan memahami aset yang mereka miliki, masyarakat dapat mengidentifikasi kekuatan mereka dan membangun ketahanan produk mereka (Madrah et al. 2022).

Permasalahan berikutnya adalah belum adanya strategi branding dan pemasaran produk. Hal ini merupakan permasalahan yang banyak dimiliki oleh pedagang di desa Kebumen meskipun memiliki produk berkualitas namun kurang mampu mengemas dan mempromosikannya secara menarik dan profesional. Branding yang lemah membuat produk sulit dikenali, bersaing, dan menjangkau pasar di luar wilayah lokal. Penguatan daya saing produk dan pengembangan branding produk unggulan di desa Kebumen, Baturaden merupakan upaya strategis untuk meningkatkan kontribusi desa tersebut terhadap perekonomian lokal maupun nasional. Pelaku UMKM dapat mengembangkan produk unggulan serta memperkuat posisi daya saing melalui strategi branding yang terintegrasi dengan konteks wilayah dan pasar yang lebih luas.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode ABCD. Metode *Asset-Based Community Development* (ABCD) merupakan metode pemberdayaan komunitas yang fokus pada identifikasi, mobilisasi, dan pemanfaatan kekuatan, kapasitas, serta aset yang sudah ada dalam suatu komunitas, daripada berpusat pada masalah atau kebutuhan. Ini adalah filosofi yang berakar pada keyakinan bahwa setiap komunitas, tidak peduli seberapa banyak tantangan yang dihadapinya, memiliki kekayaan sumber daya internal yang dapat digerakkan untuk Pembangunan (Ward 2023). Pendekatan Pengembangan Berbasis Aset dan Berorientasi Masyarakat (ABCD) menekankan pada identifikasi dan pemanfaatan aset lokal di masyarakat untuk mendorong pengembangan yang didasarkan pada potensi dan kekuatan Masyarakat (Kratochvil, Keeler, and Davies 2022).

Pada kegiatan pengabdian Masyarakat ini, akan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut (Madrah et al. 2022): (1) *Discovery* (Pemetaan Aset Komunitas), yang dimulai dengan identifikasi aset, berupa aset fisik, sdm, komunitas, produk unggulan. (2) *Dream* (Perumusan Visi dan aspirasi bersama), merupakan proses penggalian aspirasi tentang pengembangan aset dan penggalian potensi hasil pemetaan. (3) *Design* (Perancangan Program Berbasis Aset), berupa kegiatan pendampingan UMKM untuk pembuatan NIB, sertifikasi halal dan *re-branding* untuk produk lokal. (4) *Deliver* (Implementasi dan Penguatan Keberlanjutan), kegiatan ini merupakan peluncuran produk lokal yang bersertifikasi halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada beberapa tahapan, yaitu:

Discovery (Pemetaan Aset Komunitas)

Kegiatan ini dimulai dengan adanya survey lapangan untuk mengidentifikasi aset yang ada. Aset dapat berupa aset fisik, aset sdm, aset komunitas, produk unggulan. Hasil dari kegiatan ini adalah Gambaran peta dari

kekuatan asset dan potensi yang ada di Desa Kebumen. Tahap awal dilakukan melalui survei lapangan untuk mengidentifikasi aset yang dimiliki masyarakat, baik aset fisik, sumber daya manusia, komunitas sosial, maupun produk unggulan desa. Hasil pemetaan dari usaha kecil yang ada di desa Kebumen, terdapat 20 usaha kecil yang belum mendapatkan pendampingan. Terdiri dari usaha Foto copy 57, Arsila Collections (penjahit), Usaha Seblak Mama Dzaki, Kue Onde-onde, kemplang, donat, Es krim aneka rasa, Cone es krim, Es krim champion, Tahu Kupat, Sayuran Bu Romlah, Mie ayam, Rengginang, pempek, Ampyang pak jenggot, Pukis dan Carabikang, kue lumpur dianmas, Bakso, Warung Sayuran, Pempek Lestari, Dapur Mentari, Bubur ayam berkah, Roti/Rizki Pukis, Kerajinan craft.

Tahap persiapan pada program yang akan dilaksanakan ini adalah:

- a) Menyusun kegiatan dan melakukan sosialisasi program pengabdian kepada masyarakat berbasis komunitas lengkap dengan tujuan dan strateginya.
- b) Mengadakan observasi dan diskusi dengan aparat desa, pendamping PKH, pengurus ASPIKMAS desa Kebumen dan para pelaku usaha untuk membahas permasalahan-permasalahan yang selama ini dihadapi.
- c) Melakukan pendataan dan kunjungan secara langsung ke UMKM desa Kebumen Kecamatan Baturraden.
- d) Setelah mengumpulkan data, selanjutnya menyusun materi sosialisasi dan rencana kegiatan

Dream (Perumusan Visi dan aspirasi bersama)

Sosialisasi dan membentuk relasi dengan warga untuk dapat menggali aspirasi dari warga terkait pengembangan asset dan potensi hasil pemetaan awal. Output dari kegiatan ini adalah adanya data tentang arah pengembangan aset potensial. Dalam hal ini, aset potensial yang dimiliki adalah usaha kecil produk makanan yang belum memiliki daya saing.

Design (Perancangan Program Berbasis Aset)

Pada tahapan ini, berupa kegiatan pendampingan UMKM untuk pembuatan NIB, sertifikasi halal dan re-branding untuk produk local. Dari 20 usaha kecil yang diidentifikasi ditemukanlah permasalahan tentang legalitas usaha mereka. Khusus untuk usaha makanan dan minuman (sejumlah 18 usaha) belum memiliki NIB dan sertifikasi halal. Maka pada tahapan ini dilakukan FGD yang dilaksanakan secara 2 tahap. Tahap pertama dengan menggandeng mitra dari Rumah BUMN Kabupaten Banyumas. FGD tahap pertama berupa penjelasan dan pendampingan tentang pentingnya re-branding untuk dapat meningkatkan daya saing produk. FGD yang kedua menggandeng mitra dari penyediaan halal untuk dapat menjelaskan secara khusus tentang legalitas usaha, dengan materi tentang pentingnya NIB dan sertifikasi halal untuk dapat meningkatkan daya saing produk. Pada FGD tersebut juga membahas tentang proses pembuatan NIB pada situs oss.go.id. Proses ini memerlukan penjelasan yang tidak sederhana, karena masih ada beberapa pelaku usaha yang merasa

kawatir tentang keamanan data ketika input data diri dan data usaha. Kemudian dilanjutkan dengan proses identifikasi dari KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia) setiap usaha. Sampai akhirnya pada proses validasi data, pengajuan izin dan keluar ijin usaha yang langsung dapat di unduh.



Gambar 1. FGD Tahap 1

Deliver (Implementasi dan Penguatan Keberlanjutan),

Kegiatan ini merupakan peluncuran produk lokal yang sudah ber-NIB, re-branding dan bersertifikasi halal.



Gambar 2. Contoh bentuk merk produk yang di rebranding

Secara umum kegiatan meliputi tahap Observasi, Persiapan, Pemaparan konsep, Pendampingan dan evaluasi. Semua tahapan kegiatan tersebut dilakukan atau direalisasikan sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan, yakni antara bulan September sampai dengan bulan November 2025.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kebumen telah berhasil memperkuat kapasitas 20 usaha kecil untuk bertransformasi menuju UMKM formal. Capaian utama meliputi peningkatan kesadaran dan inisiasi proses legalitas usaha (NIB dan Sertifikasi Halal) dan implementasi strategi re-branding melalui perancangan prototype kemasan dan stiker yang lebih profesional. Program ini berhasil meletakkan dasar profesionalisme dan legalitas yang krusial untuk peningkatan daya saing ekonomi lokal di Kebumen Baturaden.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Robin, Amalmerge Wahab, and Sdn Bhd. 2004. *Guidelines For the Preparation of Halal Food and Goods for the Muslim Consumers Halal*. Kuala Lumpur, Malaysia: Bahagian Hal Ehwal Islam, Jabatan Agama Islam (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia -JAKIM).
- Aisi, Salwa Richadatul. 2023. "Analisis Keberhasilan Produk Makanan Halal: Dinamika Sertifikasi Halal Produk Samyang Di Indonesia." *Journal of Halal Industry Studies* 2(1):1-19. doi: 10.53088/jhis.v2i1.563.
- Aliyah, Atsna Himmatul. 2022. "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi* 3(1):64-72. doi: 10.37058/wlfr.v3i1.4719.
- Amri, Abrar, Cut Widy Aulia Putri, and Dara Angreka Soufyan. 2024. "Pendampingan Pemasaran Produk Kopi Arabica Gayo Bersertifikasi Halal." *Nawadeepa: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2:39-45. doi: 10.58835/nawadeepa.v3i2.341.
- Azizah Asmara, Maisa, and Sri Purwati. 2023. "Optimizing Brand Identity of MSME Products through Rebranding in Increasing Consumer Brand Awareness." *Journal on Education* 05(03):8519-27.
- Banyumas, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten. 2024. *Data Dan Informasi Kabupaten Banyumas 2024*. Vol. 8. Banyumas.
- Al Farisi, Salman, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. 2022. "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9(1):73-84. doi: 10.53429/jdes.v9ino.1.307.
- Hasni, Dian, Yanti Meldasari, Santi Noviasari, Melly Novita, and Nida Elhusna. 2023. "Penguatan Usaha Umkm Baby Crab Di Kota Banda Aceh Melalui Edukasi Sistem Jaminan Halal Strengthening Umkm Baby Crab Businesses in Banda Aceh City Through Halal Assurance System Education." *Jurnal Pengabdian Mahakarya Masyarakat Indonesia* 1(1):1-5.
- Kratochvil, Taylor J., Heidi J. Keeler, and H. Dele Davies. 2022. "Asset-Based Community 'Response': A Model Promoting Effective Student- Community Engagement in Disaster Scenarios." *Progress in Community Health Partnerships: Research, Education, and Action* 16(2):59-68. doi: 10.1353/cpr.2022.0039.
- Kundu, Dhritiparna, and Abul Khair Jyote. 2020. "Factors Related to the Term 'Halal' Affecting the Purchase Intention of Non-Muslim Consumers in Bangladesh." *Turk Turizm Arastirmalari Dergisi* 2(1):70-78. doi: 10.26677/tr1010.2020.428.
- Madrah, Muna Yastuti, Muhammad Noviani Ardi, Ida Musofiana, and Dina Yustisi Yurista. 2022. "Building the Economic Resilience of Women Headed Households in the Post-Covid-19 Pandemic: Community Partnership Program with the ABCD Approach." *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)* 4:456-61.
- Nopita, Dewi, Rodhiyah Mardhiyyah, Maya Listiyani, and Tegar Julianto. 2023. "Designing Product Labels and Digital Marketing as Branding Strategies for Yu Marni's Tiwul Product." *International Journal of Engineering Technology*

and Natural Sciences 5(2):148–57. doi: 10.46923/ijets.v5i2.253.

- Nugroho. n.d. "Sensasi Kuliner Tempo Dulu Di Pasar Pinggir Alas Baturraden." *Gatra* <https://www.gatra.com/news-422077-gaya-hidup-sensasi-kuliner-tempo-dulu-di-pasar-pinggir-alas-baturraden.html>.
- Nuraisyah, Fatma, Apik Rusdiarna Indra Praja, and Nuril Anwar. 2023. "Pendampingan Edukasi Pembuatan Minyak Goreng Murni Pada Petani Kelapa." *Shihatuna: Jurnal Pengabdian Kesehatan Masyarakat* 3(1):52. doi: 10.30829/shihatuna.v3i1.13384.
- Nurdin, Nurdin, Novia Novia, Arif Rahman, and Ririn Suhada. 2019. "Potensi Industri Produk Makanan Halal Di Kota Palu." *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1(1):1–12. doi: 10.24239/jiebi.v1i1.1.1-12.
- Rusdi, Muhammad Iqbal, Vanisa Reyhan Faradiba, Dian Puspita Salsabilla Putri, and Budwi Harsono. 2024. "Efforts To Increase the Market for Puli Cracker Products Through Rebranding and Halal Certification." *Journal of Social Community Services (JSCS)* 1(3):249–57. doi: 10.61796/jscs.v1i3.186.
- Vizano, Nico Alexander, Khamaludin Khamaludin, and Mochammad Fahlevi. 2021. "The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia." *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8(4):441–53. doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0441.
- Ward, Sarah. 2023. "Using Theory-Based Evaluation to Understand What Works in Asset-Based Community Development." *Community Development Journal* 58(2):206–24. doi: 10.1093/cdj/bsab046.
- Wibowo, D., and M. H. Bakri. 2024. "Understanding Islamic Financial Technology Adoptin in Indonesia: The Integration of Utaut, Es-Qual, and Religiosity." *Journal of Accounting and Finance ...* 5(3):230–47.