



Educational Debriefing Related to Digital Marketing and Halal Certification to Juragan Dimsum's MSMEs

Sherry Hadiyani¹, Abdhy Aulia Adnans², Ivana Putri³, Muhammad Suriya Pratama⁴, Nurjannah Angelina⁵, Ahmad Maulana Surbakti⁶, Cindy Aprilia Naumi⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} [Department of Psychology, Faculty of Psychology, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia]

Abstract. One of the pillars that has an important role in the Indonesian economy is Micro, Small Medium Enterprises (MSMEs). Juragan Dimsum is one of the MSMEs engaged in the culinary field and is located in Medan Tuntungan. Juragan Dimsum has been doing marketing through Instagram social media which is managed directly by the owner. However, the application of digital marketing is still not good enough. In addition, this business has not had halal certification for almost 5 years. As an effort to overcome these problems, community service is carried out by holding digital marketing training, product photo training, and providing education related to halal certification. Educational training and provision can help MSMEs of Juragan Dimsum to be different from other similar competitor businesses, and increase consumer trust and interest in business products. Educational training and debriefing carried out using lecture, demonstration, practice methods, as well as direct discussion and question and answer. The results of the implementation of community service show that the target audience can take part in the entire series of activities with a positive attitude, and have better stock in managing business, especially in social media.

Keyword: MSMEs, Digital Marketing, Product Photos, Halal Certification

Abstrak. Salah satu pilar yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Juragan Dimsum merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner dan berlokasi di Medan Tuntungan. Juragan Dimsum selama ini telah melakukan pemasaran melalui media sosial Instagram yang dikelola langsung oleh pemilik. Namun, pemasaran yang dilakukan secara digital masih dirasa belum cukup baik. Selain itu, usaha ini masih belum memiliki sertifikasi halal selama hampir 5 tahun. Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, pengabdian masyarakat dilakukan dengan mengadakan pelatihan digital marketing, pelatihan foto produk, dan pembekalan edukasi terkait sertifikasi halal. Pelatihan dan pembekalan edukasi dapat membantu UMKM Juragan Dimsum berbeda dengan usaha pesaing sejenis lainnya, dan meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan konsumen terhadap produk usaha. Pelatihan dan pembekalan edukasi yang dilakukan menggunakan metode ceramah, demonstrasi, praktik, serta diskusi dan tanya jawab secara langsung. Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa khalayak sasaran dapat mengikuti seluruh

*Corresponding author at: Department of Psychology, Faculty of Psychology, University of North Sumatera, Medan, Indonesia

E-mail address: sherryhadiyani@usu.ac.id

rangkaian kegiatan dengan sikap positif, dan telah memiliki bekal dalam mengelola usaha terkhusus dalam media sosial dengan lebih baik.

Kata Kunci: *UMKM, Pemasaran digital; Foto produk; Sertifikasi Halal*

Received 15 July 2022 | Revised 19 July 2022 | Accepted 23 December 2022

1 Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat dari tahun ketahun. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Menurut Rudjito dalam [1], UMKM memberikan sumbangan besar dalam menstabilkan pertumbuhan ekonomi Indonesia baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta, dan sisi jumlah usahanya. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi [2]. Hal ini sejalan dengan pernyataan dari Atmaja, *et. al* dalam [3] yang menjelaskan bahwa UMKM terbukti menyerap tenaga kerja yang lebih besar sehingga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Kontribusi yang diberikan UMKM ini dapat membantu penyelesaian masalah perekonomian di Indonesia, dan dapat memenuhi *Sustainable Development Goals* (SDGs) no. 8 yaitu pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi [4].

Juragan Dimsum merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner dan berlokasi di Kelurahan Mangga, Kecamatan Medan Tuntungan, Provinsi Sumatera Utara. Saat ini, UMKM Juragan Dimsum memiliki pekerja sebanyak 16 orang yang terdiri dari 10 orang di bagian produksi, 5 orang yang berjualan di gerobak dan 1 orang di bagian logistik. UMKM ini mulai beroperasi pada tahun 2018, dan didirikan oleh Bapak Amrullah Angga Syahputra yang sangat menyukai kuliner dimsum. Pemilik Juragan Dimsum, Bapak Amrullah mengungkapkan bahwa hal yang melatarbelakangi terbentuknya usaha ini adalah harga dimsum yang tergolong mahal bagi masyarakat. Hal ini mendorong pemilik untuk membuka usaha dimsum dengan harga yang murah tapi rasanya tetap enak. Harapannya, kuliner ini dapat dinikmati oleh siapa saja, sesuai dengan target pasar usaha ini yaitu golongan menengah kebawah. Awalnya pemilik mencoba-coba berbagai resep sampai akhirnya menemukan resep yang dirasa cocok lalu mulai menjual produknya.

Proses produksi Juragan Dimsum hingga saat ini masih dilakukan secara manual. Proses produksi mulai dari pencampuran bumbu, bahan, dan tahapan lainnya dilakukan di rumah yang ditinggali

oleh pemilik. Kemudian untuk penggilingan bahan, pemilik bekerjasama dengan usaha penggilingan yang ada di Pasar Sukaramai.

Dalam hal penjualan dan pemasaran, Juragan Dimsum telah menerapkan sistem *reseller* dalam usahanya. Berdasarkan informasi yang telah didapatkan, usaha Bapak Amrullah saat ini sudah memiliki 40 *reseller* untuk wilayah Aceh, Medan, dan Pekanbaru. Selain itu, Juragan Dimsum juga melakukan penjualan baik secara langsung dengan menggunakan gerobak, steling, di Kafe, maupun penjualan secara *online* melalui aplikasi Grab. Terkait pemasaran, Juragan Dimsum selama ini melakukan pemasaran melalui media sosial Instagram dengan *username* @juragandimsumid. Media sosial ini dikelola langsung oleh pemilik dan *google ads*.

Meskipun demikian, pemilik merasa pemasaran yang dilakukan secara digital masih kurang baik, sehingga pemilik mengungkapkan bahwa beliau membutuhkan *editor social media* yang dapat membantu usahanya agar tampilan instagram Juragan Dimsum menjadi lebih menarik bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Prajarini [5], bahwa terdapat pengaruh *desain feed* instagram terhadap minat pembelian produk UMKM Kopi di Kabupaten Sleman, dengan beberapa komponen yang mempengaruhinya adalah gambar, warna, *copywriting* dan *call to action*.

Selain itu, meskipun Juragan Dimsum telah beroperasi selama hampir 5 tahun, usaha ini masih belum memiliki sertifikasi halal. Padahal, sertifikasi halal merupakan hal yang cukup krusial karena setiap konsumen yang menggunakan produk yang dikonsumsi memperhatikan dan mempertimbangkan standar kesehatan dan kehalalan yang telah ditentukan oleh LPPOM MUI, sehingga produk tersebut bisa mendatangkan manfaat bagi yang mengkonsumsinya dan masyarakat bisa tenang secara lahir dan batinnya [6]. Pemilik sudah pernah mencoba bertanya ke MUI mengenai persyaratannya, namun merasa cukup kesulitan karena informasi yang diberikan cukup terbatas sehingga membingungkan, dan belum ada waktu untuk mengurus persyaratan administrasi yang sangat banyak.

Dalam meminimalisir persoalan tersebut, pengabdian masyarakat dilakukan dengan memberikan pembekalan edukasi terkait *digital marketing*, pelatihan foto produk, serta pembekalan edukasi dalam pengurusan sertifikasi halal terhadap produk UMKM Juragan Dimsum. Pelatihan *digital marketing* dan pelatihan foto produk dilakukan demi memberi pembekalan untuk mengembangkan promosi dan pemasaran produk usaha Juragan Dimsum, serta meningkatkan daya tarik produk, dan menarik perhatian konsumen. Sedangkan edukasi mengenai sertifikasi halal dilakukan agar UMKM Juragan Dimsum dapat memenuhi komponen penting sebagai suatu wirausaha sesuai Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) [7], dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 mengenai Cipta Kerja [8] serta Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 mengenai Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal [9].

2 Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah berupa ceramah, demonstrasi, praktik, serta diskusi dan tanya jawab secara langsung kepada peserta pelatihan yang selanjutnya akan dievaluasi. Kegiatan ini terbagi dalam tiga topik, yaitu pelatihan *digital marketing*, pelatihan foto produk, dan pembekalan edukasi sertifikasi halal. Adapun rincian pelaksanaan kegiatan, adalah sebagai berikut:

- A. Persiapan. Pada tahap persiapan, tim pengabdian mengajukan proposal kepada LPPM USU pada kegiatan Dosen Wajib Mengabdi 2022, dalam skema kemitraan masyarakat perintis. Setelah lulus dan mendapatkan persetujuan, maka dilanjutkan dengan diskusi antar anggota tim untuk membahas perencanaan dan penyusunan jadwal kegiatan selanjutnya. Setelah selesai, tim pengabdian terlebih dahulu mengurus perizinan kepada mitra kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu UMKM Juragan Dimsum. Tim juga berkoordinasi dengan mitra untuk mendapatkan data awal yang diperlukan demi melanjutkan pengabdian. Tim pengabdian kemudian melakukan diskusi dengan mitra untuk memetakan secara jelas permasalahan yang dialami, dan membahas solusi intervensi yang telah direncanakan. Selanjutnya, tim bekerjasama dengan pemilik UMKM untuk mengumpulkan peserta, serta bekerjasama dengan profesional yang akan menjadi narasumber dan pelatih. Tahap persiapan diakhiri dengan mempersiapkan alat, dan keperluan lainnya untuk menjalankan pelatihan, seperti materi, laptop, kamera, spanduk, dan lain sebagainya.
- B. Pelaksanaan kegiatan. Pada tahap pelaksanaan, kegiatan pelatihan *digital marketing*, pelatihan foto produk, dan pembekalan edukasi sertifikasi halal dilaksanakan pada tanggal 20 Juli 2022.
- C. Evaluasi kegiatan. *Monitoring* dan evaluasi dilaksanakan mulai dari awal diskusi dan kerjasama berlangsung, hingga selesainya rangkaian kegiatan pelatihan dan pembekalan edukasi yang telah dilakukan dengan observasi.

3 Hasil dan Pembahasan

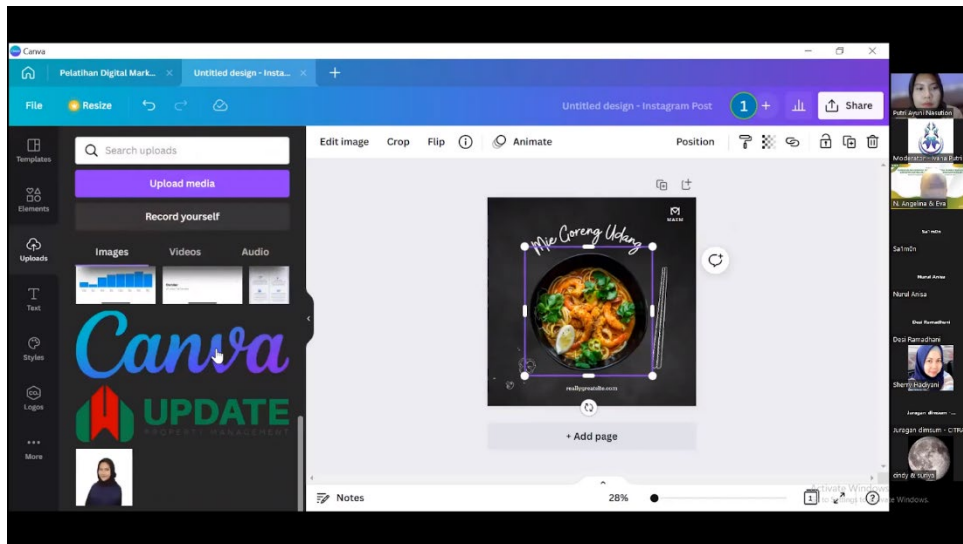
Permasalahan yang dialami oleh UMKM Juragan Dimsum adalah: (a) belum memiliki sertifikat halal MUI meskipun sudah menjalankan usaha selama 5 tahun, (b) tampilan instagram yang kurang menarik, (c) manajemen pemasaran belum terlaksana dengan baik. Selain belum memiliki waktu untuk mengurus, pemilik juga mengungkapkan bahwa dirinya merasa cukup kesulitan dan kebingungan meskipun sudah pernah mencoba mencari tahu perihal persyaratan pengajuan sertifikasi halal. Selain itu, pemilik juga merasa bahwa tampilan instagram *brand*-nya masih kurang baik sehingga membutuhkan edukasi terkait pemasaran digital yang dapat membantu usahanya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 20 Juli 2022. Kegiatan ini didukung oleh Lembaga Pengabdian/Pelayanan Kepada Masyarakat Universitas Sumatera Utara (LPPM-USU). Rangkaian kegiatan yang dilaksanakan yaitu berupa pelatihan *digital marketing*, pelatihan foto produk, dan pembekalan edukasi sertifikasi halal. Khalayak sasaran yang mengikuti rangkaian pelatihan ini adalah beberapa perwakilan staff dan pemilik UMKM Juragan Dimsum.

Pelatihan pertama yang dilakukan adalah pelatihan *digital marketing* yang dilaksanakan via Zoom Meeting bersama Putri Ayuni Nasution selaku narasumber yang berpengalaman dalam bidang *digital marketing*, desain grafis, dan pembuatan konten. Menurut Ali (2013), *digital marketing* memiliki definisi sebagai upaya penggunaan teknologi digital dalam mencapai tujuan pemasaran, hingga dapat berkomunikasi dalam cakupan global, dan mengubah cara suatu usaha untuk melakukan bisnis dengan konsumen [10]. *Digital marketing* cukup penting dalam perkembangan teknologi digital, menarik konsumen, serta mengarahkannya di perpaduan antara komunikasi elektronik serta komunikasi tradisional [11]. Pelatihan ini dilakukan dengan metode ceramah, demonstrasi, serta diskusi dan tanya jawab. Adapun materi yang dibawakan adalah terkait pengenalan dan tips melakukan *digital marketing*, ide konten, pengelolaan konten, matriks pengukuran keberhasilan konten, desain grafis, dan lain sebagainya.



Gambar 1. Penyampaian materi terkait *digital marketing*



Gambar 2. Demonstrasi penggunaan aplikasi desain grafis

Pelatihan kedua dilanjutkan dengan pelatihan foto produk secara langsung oleh Abdul Aziz Ginting, seorang mahasiswa Fakultas Psikologi USU yang telah berpengalaman dalam bidang fotografi. Tim pengabdian bersama dengan narasumber melakukan pelatihan dengan metode demonstrasi, diskusi dan tanya jawab, serta praktik agar khalayak sasaran lebih mudah memahami teknik fotografi dibandingkan hanya berdasarkan teorinya saja.

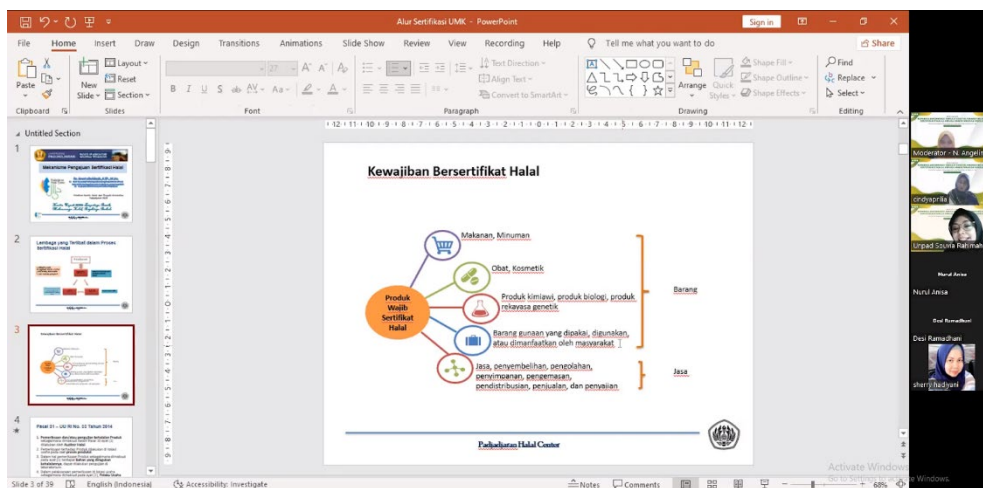


Gambar 3. Demonstrasi dan praktik pelatihan foto produk



Gambar 4. Hasil foto produk

Terakhir, pengabdian turut melaksanakan pembekalan edukasi sertifikasi halal yang dilaksanakan via Zoom Meeting bersama Dr. Souvia Rahimah, S.TP., M.Sc. selaku narasumber yang merupakan profesional bidang *Food Science and Technology* dari Universitas Padjajaran dan sempat menjadi *Head of Study Center* di *Padjajaran Halal Center*. Pelatihan ini dilakukan dengan metode ceramah, serta diskusi dan tanya jawab. Adapun materi yang dibawakan adalah terkait titik kritis sebagai pertimbangan dalam pengajuan sertifikasi halal, mekanisme pengajuan, kewajiban pelaku usaha setelah memperoleh sertifikat halal, dan lain sebagainya.



Gambar 5. Pembekalan edukasi terkait sertifikasi halal

Dengan adanya pembekalan edukasi dan *hardskill*, UMKM Juragan Dimsum telah membuat perubahan pada platform Instagramnya sehingga tampilannya terlihat lebih menarik bagi konsumen.



Gambar 6. Output dari rangkaian pelatihan

4 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat Fakultas Psikologi USU ini telah berhasil dilaksanakan dengan baik, dengan melibatkan dosen dan mahasiswa sebagai pelaksana kegiatan, serta narasumber sebagai pihak ketiga yang membantu terlaksanannya kegiatan pelatihan. Peserta kegiatan adalah beberapa perwakilan staff dan pemilik UMKM Juragan Dimsum. Adapun bentuk kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan *digital marketing*, pelatihan foto produk, dan pembekalan edukasi sertifikasi halal. Dalam pelaksanaannya, secara umum peserta memiliki sikap positif dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. UMKM Juragan Dimsum juga memberikan perubahan positif dari tampilan Instagramnya sehingga lebih menarik daripada tampilan sebelumnya.

5 Ucapan Terimakasih

Terima kasih kami sampaikan kepada Rektor Universitas Sumatera Utara, Lembaga Pengabdian/Pelayanan Kepada Masyarakat Universitas Sumatera Utara (LPPM-USU), narasumber, dan pihak UMKM Juragan Dimsum yang telah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian kami untuk dapat menyelesaikan rangkaian kegiatan dari pengabdian masyarakat yang kami lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa". *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*, vol. 4, no. 2, pp.137-146. 2019.
- [2] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. "*UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*". 2021. Available: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/%20umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>. [Accessed: March, 21, 2022].

- [3] Solang, F. S., Kaawoan, J. E., Sumampow, I. "Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Masyarakat di Kabupaten Minahasa Selatan". *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, vol. 3, no. 3, pp.1-10. 2019.
- [4] Bappenas. "Sustainable Development Goal Dashboard Indonesia". 2021. [Online]. Available: <https://sdgs.bappenas.go.id/sekilas-sdgs/>. [Accessed: March, 21, 2022].
- [5] Prajini, D., & Sayogo, D. "Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk Umkm Kedai Kopi Di Kabupaten Sleman," *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, vol. 7, no. 1, pp.187-199. 2021.
- [6] Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. "Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 7, no. 1, 135-145. 2021.
- [7] Peraturan Pelaksanaan Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH)
- [8] Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja
- [9] Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 mengenai Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.
- [10] Ali, H. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS, Yogyakarta. 2013.
- [11] Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN," *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, vol. 1, no. 2, pp.61-76. 2018.