



Optimalisasi Potensi Produk UMKM melalui Pengembangan Usaha, SDM, dan Literasi Industri Halal: Studi Pengabdian kepada Masyarakat

Haeruddin^{1*}, Aigistina², A. Erma Sukmawaty³, Sirnan⁴

¹Politeknik LP3I Makassar, Indonesia

^{2,3,4}Universitas Pepabri Makassar, Indonesia

Diterima: 20 Desember 2025

Disetujui: 2 Januari 2026

Dipublikasi: 09 Januari 2026

ABSTRAK

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian masyarakat, khususnya pada tingkat lokal. Namun, berbagai permasalahan masih dihadapi pelaku UMKM, antara lain keterbatasan kapasitas usaha, rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM), minimnya pemanfaatan pemasaran digital, serta rendahnya literasi industri halal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi produk UMKM melalui pengembangan usaha, penguatan SDM, dan peningkatan literasi industri halal. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif-edukatif melalui metode sosialisasi, pelatihan, diskusi interaktif, dan pendampingan, yang melibatkan pelaku UMKM, dosen pengabdian yang tergabung dalam Aliansi Dosen Perguruan Tinggi Swasta Indonesia (ADPERTISI), serta perangkat kelurahan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai strategi pengembangan usaha, pentingnya pemasaran berbasis sistem digital, serta kesadaran akan nilai tambah dan urgensi industri halal dalam meningkatkan daya saing produk. Kegiatan ini menegaskan bahwa pendekatan penguatan kapasitas UMKM yang terintegrasi mampu memberikan dampak positif terhadap kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan dan mendorong keberlanjutan usaha. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM yang aplikatif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *UMKM; pengembangan usaha; sumber daya manusia; literasi industri halal; pengabdian kepada masyarakat*

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting the community's economy, particularly at the local level. However, MSME actors continue to face various challenges, including limited business capacity, low quality of human resources (HR), minimal utilization of digital marketing, and low levels of halal industry literacy. This community service activity aims to optimize the potential of MSME products through business development, human resource strengthening, and enhancement of halal industry literacy. The activity was implemented using a participatory-educational approach through socialization, training, interactive discussions, and mentoring, involving MSME actors, community service lecturers affiliated with the Indonesian Private Higher Education Lecturers Alliance (ADPERTISI), and local government officials. The results indicate an improvement in MSME participants' understanding of business development strategies, the importance of digital-based marketing systems, and awareness of the added value and urgency of the halal industry in enhancing product competitiveness. This activity confirms that an integrated capacity-building approach for MSMEs has a positive impact on business actors' readiness to face market competition and promotes business sustainability. Therefore, this community service program is expected to serve as an applicable and sustainable model for MSME empowerment.*

Keywords: *MSMEs; business development; human resources; halal industry literacy; community service*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, baik pada skala nasional maupun lokal. Secara nasional, UMKM berkontribusi dominan terhadap penyerapan tenaga kerja dan pembentukan produk domestik bruto, sekaligus berperan sebagai penggerak ekonomi berbasis kerakyatan. Pada konteks lokal, UMKM menjadi instrumen penting dalam menjaga ketahanan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah perdesaan dan pinggiran yang memiliki keterbatasan akses terhadap modal dan pasar. Meskipun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa UMKM masih menghadapi tantangan struktural yang berulang, antara lain keterbatasan kapasitas usaha, lemahnya kualitas sumber daya manusia (SDM), rendahnya pemanfaatan teknologi pemasaran digital, serta belum optimalnya daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif (Mariana et al., 2020; Alam et al., 2022; Fatmawaty et al., 2024).

Kondisi empiris mitra pengabdian menunjukkan karakteristik yang sejalan dengan temuan tersebut. UMKM sasaran kegiatan didominasi oleh usaha mikro berbasis rumah tangga dengan jenis produk pangan olahan dan produk konsumsi harian yang memiliki potensi lokal cukup besar. Namun, potensi tersebut belum diimbangi dengan pengelolaan usaha yang memadai. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan strategi pengembangan usaha, rendahnya kapasitas SDM dalam manajemen dan pemasaran, minimnya pemanfaatan sistem pemasaran digital, serta rendahnya literasi industri halal, baik terkait pemahaman konsep halal maupun kesiapan menuju sertifikasi. Temuan ini konsisten dengan berbagai studi pengabdian sebelumnya yang menegaskan bahwa UMKM lokal cenderung berjalan secara konvensional dan belum terintegrasi dengan pendekatan penguatan kapasitas yang komprehensif (Tajibu et al., 2021; Abbas et al., 2025; Arma et al., 2025).

Urgensi pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam konteks ini terletak pada adanya kesenjangan kapasitas pelaku UMKM yang belum terjawab secara optimal oleh program pendampingan parsial. Sejumlah penelitian pengabdian menunjukkan bahwa intervensi yang hanya berfokus pada satu aspek seperti digital marketing, manajerial, atau literasi halal—memang memberikan dampak positif, tetapi belum cukup kuat untuk mendorong transformasi usaha secara berkelanjutan (Yindrizal et al., 2025; Khoir et al., 2025; Perwira et al., 2025). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pengabdian yang bersifat integratif dengan mengombinasikan pengembangan strategi usaha, penguatan SDM pelaku UMKM, serta peningkatan literasi industri halal sebagai fondasi peningkatan daya saing produk dan keberlanjutan usaha. Pendekatan ini sekaligus menjadi bentuk hilirisasi hasil-hasil penelitian dan pengabdian terdahulu yang masih terfragmentasi.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi produk UMKM melalui penguatan kapasitas pelaku usaha secara terpadu. Tujuan umum kegiatan adalah meningkatkan daya saing UMKM melalui pengembangan usaha, SDM, dan literasi industri halal. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan: (1) meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam merumuskan strategi pengembangan usaha guna mendorong peningkatan pendapatan masyarakat; (2) memperkuat kapasitas SDM UMKM melalui pengembangan kompetensi manajerial dan penerapan strategi pemasaran berbasis sistem digital; serta (3) meningkatkan literasi industri halal pelaku UMKM sebagai dasar penguatan kepercayaan konsumen dan nilai tambah produk. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan pengetahuan, tetapi juga mendorong transformasi kapasitas UMKM secara berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif-edukatif, yang menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan terjadinya proses transfer pengetahuan dan peningkatan kapasitas yang berkelanjutan, sejalan dengan karakteristik UMKM yang membutuhkan pendampingan praktis dan kontekstual. Kegiatan PKM dilaksanakan dengan melibatkan 15 pelaku UMKM, 23 dosen pengabdian, serta staf dan perangkat kelurahan sebagai mitra pendukung kegiatan.

Metode pelaksanaan kegiatan terdiri atas beberapa tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, diskusi interaktif, dan pendampingan. Materi pelatihan disusun secara terintegrasi dan

mencakup tiga aspek utama, yakni: (1) strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan UMKM; (2) pengembangan sumber daya manusia (SDM) UMKM melalui penguatan kompetensi manajerial dan penerapan strategi pemasaran berbasis sistem digital; serta (3) literasi industri halal, yang difokuskan pada peningkatan pemahaman konsep halal, urgensi sertifikasi, dan implikasinya terhadap daya saing produk. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah interaktif yang dilengkapi dengan studi kasus dan sesi tanya jawab.

Untuk mengukur tingkat ketercapaian kegiatan, digunakan teknik evaluasi deskriptif kualitatif, meliputi observasi partisipatif, diskusi reflektif, serta umpan balik langsung dari peserta. Indikator keberhasilan kegiatan dilihat dari perubahan pemahaman peserta terhadap strategi usaha, peningkatan kesadaran akan pentingnya pemasaran digital dan literasi halal, serta meningkatnya partisipasi aktif UMKM selama kegiatan berlangsung. Hasil evaluasi ini selanjutnya menjadi dasar dalam menganalisis efektivitas kegiatan pengabdian serta merumuskan rekomendasi penguatan program pendampingan UMKM ke depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan secara terencana dan partisipatif dengan melibatkan pelaku UMKM, dosen pengabdian, serta perangkat kelurahan. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung dalam satu hari pelaksanaan dengan agenda utama berupa penyampaian materi, diskusi interaktif, dan sesi refleksi bersama peserta. Antusiasme peserta terlihat dari tingkat kehadiran yang tinggi serta keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam sesi tanya jawab dan diskusi kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa tema penguatan kapasitas UMKM yang diangkat memiliki relevansi langsung dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi peserta di lapangan.

Pelaksanaan kegiatan dirancang untuk mendorong interaksi dua arah antara narasumber dan peserta, sehingga proses pengabdian tidak bersifat satu arah. Model ini sejalan dengan pendekatan partisipatif yang banyak direkomendasikan dalam kegiatan pemberdayaan UMKM, karena memungkinkan pelaku usaha mengaitkan materi yang disampaikan dengan kondisi riil usaha mereka. Dengan demikian, pengabdian tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai ruang refleksi bersama dalam merumuskan solusi atas permasalahan UMKM.

B. Hasil Pengabdian Berdasarkan Materi Pengembangan Usaha

Hasil kegiatan pada aspek pengembangan usaha menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya perencanaan dan strategi usaha dalam meningkatkan pendapatan. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar pelaku UMKM menjalankan usahanya secara tradisional tanpa perencanaan usaha yang jelas, baik terkait pengelolaan biaya, penentuan harga, maupun strategi pengembangan pasar. Melalui materi strategi pengembangan usaha, peserta memperoleh wawasan mengenai cara mengidentifikasi potensi usaha, memetakan peluang pasar, serta merumuskan langkah-langkah sederhana untuk meningkatkan keberlanjutan usaha.

Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian sebelumnya yang menegaskan bahwa peningkatan kapasitas usaha melalui pelatihan dan pendampingan mampu mendorong produktivitas dan profitabilitas UMKM (Mariana et al., 2020; Alam et al., 2022). Namun demikian, berbeda dengan beberapa kegiatan pengabdian terdahulu yang bersifat parsial, pendekatan dalam kegiatan ini menempatkan pengembangan usaha sebagai bagian dari kerangka penguatan kapasitas yang lebih luas, sehingga terintegrasi dengan aspek SDM dan literasi halal. Integrasi ini menjadi nilai tambah dalam upaya mendorong transformasi usaha UMKM secara lebih komprehensif.

C. Hasil Pengabdian pada Aspek Pengembangan SDM dan Pemasaran Digital

Pada aspek pengembangan sumber daya manusia, kegiatan pengabdian berhasil meningkatkan kesadaran pelaku UMKM mengenai peran SDM sebagai faktor kunci keberhasilan usaha. Peserta mulai memahami bahwa keterampilan manajerial, kemampuan beradaptasi terhadap teknologi, serta pemahaman pemasaran digital merupakan kompetensi yang harus dimiliki untuk menghadapi persaingan pasar. Materi pemasaran berbasis sistem digital memberikan pemahaman awal mengenai pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi yang efektif dan berbiaya rendah.

Hasil ini memperkuat temuan berbagai studi pengabdian yang menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dan penguatan kapasitas SDM berdampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM (Tajibu et al., 2021; Yindrizal et al., 2025; Aulia, 2025). Meskipun demikian, kegiatan ini menunjukkan perbedaan mendasar dibandingkan penelitian terdahulu, karena penguatan SDM tidak hanya diarahkan pada aspek teknis pemasaran digital, tetapi juga dikaitkan dengan pengembangan usaha dan kesiapan UMKM dalam memenuhi standar industri, termasuk standar halal. Dengan demikian, pengembangan SDM dalam kegiatan ini bersifat holistik dan berorientasi pada keberlanjutan usaha.

D. Hasil Pengabdian pada Aspek Literasi Industri Halal

Aspek literasi industri halal menjadi salah satu fokus penting dalam kegiatan pengabdian ini. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM sebelumnya masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai konsep industri halal, urgensi sertifikasi halal, serta manfaat ekonomi yang dapat diperoleh dari penerapan prinsip halal dalam usaha. Melalui penyampaian materi literasi halal, peserta memperoleh pemahaman bahwa sertifikasi halal tidak hanya berkaitan dengan aspek religius, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen peningkatan kepercayaan konsumen dan nilai tambah produk.

Temuan ini konsisten dengan hasil pengabdian yang menekankan bahwa peningkatan literasi halal dapat mendorong kesiapan UMKM dalam menghadapi pasar yang semakin sensitif terhadap isu kehalalan produk (Khoir et al., 2025; Cupian et al., 2025; Perwira et al., 2025). Namun, kegiatan ini menunjukkan kontribusi yang lebih luas karena literasi halal diposisikan sebagai bagian integral dari strategi pengembangan usaha dan penguatan SDM, bukan sebagai program terpisah. Pendekatan integratif ini menjawab celah penelitian terdahulu yang masih memisahkan antara aspek usaha, SDM, dan halal dalam kegiatan pengabdian.

E. Analisis Kritis dan Integrasi Hasil Pengabdian

Secara keseluruhan, hasil pengabdian menunjukkan bahwa pendekatan penguatan kapasitas UMKM yang mengintegrasikan pengembangan usaha, SDM, dan literasi industri halal memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan kesiapan pelaku UMKM. Integrasi ketiga aspek tersebut memperkuat argumen bahwa pengabdian masyarakat yang bersifat komprehensif lebih efektif dibandingkan intervensi yang bersifat parsial. Hal ini mendukung pandangan bahwa keberlanjutan UMKM tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, tetapi oleh sinergi berbagai dimensi kapasitas usaha.

Dari perspektif akademik, hasil kegiatan ini berkontribusi dalam memperkaya praktik pengabdian kepada masyarakat berbasis hilirisasi penelitian. Kegiatan ini mengonfirmasi temuan-temuan penelitian terdahulu sekaligus menawarkan pendekatan integratif sebagai alternatif model penguatan kapasitas UMKM. Dengan demikian, hasil pengabdian ini tidak hanya relevan bagi mitra UMKM, tetapi juga memberikan implikasi bagi pengembangan program pengabdian serupa di wilayah lain.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada optimalisasi potensi produk UMKM melalui pengembangan usaha, penguatan sumber daya manusia, dan literasi industri halal telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan kapasitas pelaku UMKM.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan penguatan kapasitas yang bersifat integratif mampu menjawab permasalahan utama UMKM, khususnya terkait keterbatasan strategi usaha, rendahnya kualitas SDM, minimnya pemanfaatan pemasaran digital, serta rendahnya literasi industri halal. Sinergi ketiga aspek tersebut terbukti mendorong kesiapan UMKM dalam meningkatkan daya saing produk dan keberlanjutan usaha secara lebih sistematis.

Berdasarkan hasil kegiatan, disarankan agar program pengabdian kepada masyarakat selanjutnya tidak hanya berhenti pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan, tetapi dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan yang lebih intensif, khususnya dalam implementasi strategi usaha, penerapan pemasaran digital, dan proses sertifikasi halal. Selain itu, diperlukan dukungan lintas pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah dan lembaga pendamping UMKM, guna memperluas dampak kegiatan dan memastikan keberlanjutan program penguatan kapasitas UMKM di tingkat lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, khususnya para pelaku UMKM sebagai mitra kegiatan, aparat dan perangkat kelurahan yang telah memberikan dukungan fasilitasi, serta seluruh tim dosen pengabdian yang terlibat aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Penghargaan yang tinggi juga disampaikan kepada Aliansi Dosen Perguruan Tinggi Swasta Indonesia (ADPERTISI) sebagai wadah kolaborasi akademik yang telah mendorong sinergi dosen lintas perguruan tinggi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Apresiasi turut disampaikan kepada institusi asal penulis atas dukungan kelembagaan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi masyarakat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, A., Rahman, R., & Hidayat, M. (2025). Literasi keuangan dan legalisasi usaha sebagai strategi penguatan akses permodalan UMKM. *Journal of Training and Community Service Adpertisi (JTCSA)*, 5(1), 45–54.
- Alam, S., Kadir, A., & Yusuf, M. (2022). Peningkatan kapasitas manajerial UMKM di tingkat kelurahan. *Journal of Training and Community Service Adpertisi (JTCSA)*, 3(2), 112–121.
- Arma, A., Sari, D., & Putra, R. (2025). Pelatihan kapasitas pelaku UMKM dalam mewujudkan kemandirian usaha. *Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(1), 88–96.
- Asizah, N., Pratama, A., & Lestari, S. (2025). Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 134–143.
- Aulia, R. (2025). Empowering MSMEs through digital marketing training: Evidence from a pre-post evaluation. *Journal of University Community Engagement Programs (JUCEP)*, 3(1), 22–31.
- Cupian, D., Hidayah, N., & Fikri, M. (2025). Meningkatkan kesadaran halal UMKM melalui kegiatan sosialisasi. *Aksikita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 55–63.
- Dahlen, R., Yusuf, M., & Hartono, B. (2025). Improving MSME human resource competence through performance-based capacity building. *International Journal of Community Engagement (IJCE)*, 4(1), 77–86.
- Ermawati, E., Nugroho, T., & Santoso, H. (2025). Enhancing MSME capacity through service learning-based mentoring. *Engagement: Journal of Community Service*, 6(1), 101–110.
- Fatmawaty, F., Ramadhan, A., & Karim, S. (2024). Pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi untuk meningkatkan daya saing produk lokal. *Journal of Training and Community Service Adpertisi (JTCSA)*, 4(2), 98–107.
- Husna, N., Rahim, A., & Putri, L. (2025). Impact of digital marketing training on MSME performance using blended learning approach. *Journal of Education and Research in Public Service*, 5(1), 40–49.
- Khoir, N., Hasanah, S., & Maulida, R. (2025). Edukasi dan pendampingan sertifikasi produk halal bagi UMKM. *Jurnal Abdimas Ekonomi*, 3(1), 66–75.
- Mariana, D., Yusuf, M., & Sari, P. (2020). Peningkatan produktivitas dan profitabilitas UMKM desa melalui pelatihan dan pendampingan. *Journal of Training and Community Service Adpertisi (JTCSA)*, 1(1), 15–24.

- Perwira, A., Hidayat, R., & Kurniawan, D. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui sertifikasi halal dan penguatan pemasaran produk halal. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 2(1), 33–42.
- Rahmawati, R. (2025). Evaluation of halal certification subsidy policy on MSME awareness. *Social Impact Journal*, 4(1), 58–67.
- Tajibu, K., Nurlina, N., & Anwar, M. (2021). Peningkatan kemampuan pemasaran UMKM melalui digital marketing berbasis Android. *Journal of Training and Community Service Adptersi (JTCSA)*, 2(1), 39–47.
- Wibowo, A. (2025). Human resource management for MSMEs in the digital era. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 72–81.
- Yindrizar, Y., Putra, D., & Saputra, H. (2025). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan kapasitas UMKM. *Buletin Nagari*, 4(2), 90–99.
- Zahra, S., & Hadi, M. (2025). Digitalization of halal certification for SMEs. *Jurnal Hukum dan Bisnis Modern*, 7(1), 21–30.