

Pengembangan Nilai Tambah UMKM Unggulan Lereng Gunung Muria Melalui Inovasi Produk Baru dan Sertifikasi Halal

Rozaq Muhammad Yasin^{1*}, Keke Tamara Fahira², Heny Alpandari³

^{1,2,3}Universitas Muria Kudus

*Corresponding author, e-mail: rozaq.yasin@umk.ac.id.

Abstrak

UMKM di lereng gunung Muria yaitu Kopi Robusta Muria Zayna dan Recolta Parijoto masih minim pengetahuan tentang pentingnya sertifikasi halal produk, pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang inovatif agar mampu menciptakan diversifikasi produk dan menjalankan strategi pemasaran yang baik. Kondisi tersebut berdampak pada kemungkinan tutupnya suatu usaha atau adanya pengambil alihan branding atas produk Robusta Muria dan Parijoto dari daerah lain. Padahal Robusta Muria dan Parijoto termasuk produk hasil pertanian yang menjadi unggulan/ciri khas dari Gunung Muria. Metode yang digunakan dalam program pengabdian ini meliputi 1) Sosialisasi; 2) Pendampingan; 3) Pelatihan; dan 4) Monitoring dan Evaluasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran mitra. Berdasarkan program yang telah dilakukan produk mitra sudah tersertifikasi halal, kemampuan SDM meningkat melalui uji pretest dan post-test pelatihan dan mampu menciptakan inovasi produk baru dari kulit kopi berupa teh cascara, teh celup parijoto dan kopi parijoto. Analisis menunjukkan bahwa terjadi perbedaan pengetahuan antara sebelum dan sesudah pengabdian dilakukan.

Kata Kunci: Gunung Muria; Kopi robusta; Pengembangan SDM; Sertifikasi halal; Sirup parijoto.

Abstract

Micro Small and Medium Enterprises on the slopes of Mount Muria, namely Robusta Coffee Muria Zayna and Recolta Parijoto, still lack knowledge about the importance of product halal certification, innovative human resource (HR) development in order to be able to create product diversification and implement a good marketing strategy. This condition has an impact on the possibility of closing a business or taking over the branding of Robusta Muria and Parijoto products from other regions. Even though Robusta Muria and Parijoto are agricultural products that are superior/characteristic of Mount Muria. The methods used in this community service program include 1) Socialization; 2) Assistance; 3) Training; and 4) Monitoring and Evaluation which aims to increase partners' understanding and awareness. Based on the program that has been carried out, partner products are already halal certified, HR capabilities have increased through pretest and post-test training and are able to create new product innovations from coffee skin in the form of cascara tea, parijoto tea and parijoto coffee. The analysis shows that there are differences in knowledge between before and after the service is carried out.

Keywords: Halal certification; HR development; Mount Muria; Parijoto syrup; Robusta coffee.

How to Cite: Yasin, R.M., Fahira, K.T. & Alpandry, H. (2024). Pengembangan Nilai Tambah UMKM Unggulan Lereng Gunung Muria Melalui Inovasi Produk Baru dan Sertifikasi Halal. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 110-117.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2024 by author.

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk muslim yang besar di dunia. Hal ini terlihat dari proporsi penduduk muslim di Indonesia yang telah mencapai 87,2% dari total populasi keseluruhan penduduk di Indonesia, setara dengan 227 juta jiwa. Jumlah penduduk muslim yang besar tersebut menjadi perhatian khusus pemerintah dengan mengeluarkan Undang-undang Jaminan Produk Halal yang mengatur bahwa seluruh produk yang beredar di Indonesia wajib bersertifikasi halal atau terjamin keamanannya. Kebutuhan akan produk yang halal dan sehat tidak hanya untuk masyarakat muslim tetapi juga untuk masyarakat non muslim, karena produk yang halal tentunya terjamin kebersihan dan keamanan produknya (Khasanah et al., 2021).

Perkembangan industri halal di Indonesia sendiri cukup baik. Kegiatan ekspor produk halal dari Indonesia ke negara-negara Organisasi Kerjasama Islam (OKI) sebesar 10,7% yang mana menempati urutan ketiga setelah Uni Emirate Arab, sementara kegiatan ekspor dari Indonesia ke pasar global hanya sebesar 3,8%. Data dari Global Islamic Economy (GIE) Indikator yang mengukur kekuatan ekonomi syariah pada 73 negara, menyatakan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-4 pada tahun 2021/2022. Enam sektor yang dinilai yaitu aspek makanan halal, media & rekreasi, serta obat & kosmetik merupakan tiga sektor yang perlu dikembangkan untuk mengimbangi performa sektor lain. Hal ini dikarenakan gaya hidup halal mulai tersebar hingga ke berbagai negara, bahkan ke negara-negara dengan penduduk muslim minoritas. Sehingga semakin lama, halal menjadi indikator umum untuk jaminan kualitas produk dan standar hidup (Hameeda et al., 2016).

Maraknya industri makanan dan minuman halal ternyata tidak sebanding dengan sistem jaminan halal yang diberikan meskipun pelaku usaha mengklaim halal. Menteri Keuangan Sri Mulyani bahkan mengatakan bahwa belum banyak pelaku usaha khususnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengetahui pentingnya legalitas produk serta terbebani dengan biaya sertifikasi halal yang berkisar antara 1 juta hingga 4,5 juta per produk tergantung tingkatan usahanya (Kementerian Agama RI, 2023). Hal tersebut menjadi kendala bagi para pengusaha kecil terutama di lereng gunung Muria seperti pengusaha kopi dan parijoto.

Perkembangan produk kopi robusta muria berkembang cukup pesat, dilihat dari banyaknya *coffee shop* yang berdiri. Budaya nongkrong di warung kopi sampai di kafe sudah sampai di warga Kudus. Saat ini kopi tidak hanya di anggap sebagai minuman biasa, namun di anggap sebagai pelengkap gaya hidup seseorang. Hal ini menjadikan peranan industri kopi yang terus meningkat disertai dengan kenaikan pesat akan permintaan kopi. Produk unggulan lainnya yang menjadi ciri khas kota kudus adalah buah parijoto yang banyak dijual di sekitar lokasi wisata religi Sunan Muria. Selama ini kendala yang dihadapi pengusaha olahan parijoto adalah *branding*, legalitas, diversifikasi produk dan pengolahan produk yang lebih modern untuk menambah nilai jual sehingga bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Parijoto sendiri memiliki potensi yang bagus selain menjadi oleh-oleh khas dari Wisata di Sunan Muria, juga memiliki banyak manfaat dari sisi kesehatannya.

Kurangnya kemampuan dalam mengembangkan sumber daya manusia (SDM) yang inovatif bagi para pelaku usaha kopi robusta dan produk parijoto berdampak pada kemungkinan adanya pengambil alihan *branding* atas produk Robusta Muria dan Parijoto dari daerah lain (Dwijayanti et al., 2020). Minimnya pengetahuan para SDM terkait dengan *value added* yang dibutuhkan pada suatu produk menjadikan suatu usaha tidak berkembang dan cenderung gulung tikar (Hersugondo et al., 2022). Hal ini akan berimbas pada banyaknya modal usaha yang di miliki pelaku usaha akan habis apabila tidak ada pengelolaan usaha dari sisi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta pengawasannya. Lebih lanjut, pemilik usaha hanya menjalankan usaha apa adanya tanpa ada arah dan tujuan yang pasti, sehingga mereka harus bekerja seumur hidup agar usahanya tetap berjalan (Quraysin & Afiah, 2021).

Pengabdian ini berfokus pada UMKM Kopi Robusta Muria dan UMKM Parijoto di Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus yang menjadi produk hasil pertanian unggulan di Kabupaten Kudus. Mitra 1 yaitu UMKM Produk Kopi Robusta Muria Zayna Milik Bapak Abdul Hamid Ridlo yang letaknya berada di Desa Japan. UMKM Kopi Muria Zayna berasal dari hasil budi daya petani kopi di pegunungan muria. Aspek produksinya sudah cukup baik dengan adanya berbagai macam varian kopi seperti robusta natural, *honey*, *full wash*, dan *wine*. Namun, UMKM Muria Zayna masih kesulitan dalam pengelolaan SDM dan juga akses ke pasar yang lebih luas.

Mitra 2 yaitu UMKM Parijoto yang bernama Recolta milik Bapak Taufiq yang letaknya berada di Desa Dawe Kabupaten Kudus. Bapak Taufiq memimpin sebuah usaha berskala mikro berbasis pengolahan sirup berbahan baku buah parijoto dengan kapasitas produksi 300 botol per hari dan melibatkan 7 orang karyawan. Saat ini, beliau memiliki permasalahan pada kualitas produk olahan sirup parijotonya. Produk sirup parijoto yang beliau produksi memiliki varian cita rasa yang kurang luas dan juga belum memiliki sertifikasi halal untuk bisa mengakses pasar yang lebih luas.

Pengabdian ini menjadi tindak lanjut dari pengabdian sebelumnya (Fahira & Yasin, 2022). Berangkat dari hal-hal yang telah dipaparkan di atas, maka pengabdian ini mengambil peran untuk peningkatan kualitas SDM UMKM dan juga pendampingan sertifikasi halal bagi pengusaha produk unggulan gunung Muria yaitu kopi dan parijoto. Selain itu pengabdian ini melakukan inovasi pengolahan kulit kopi dan kombinasi kopi-parijoto menjadi produk yang lebih bernilai ekonomis.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan survei lapangan, yang bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan dari mitra (Alpandari & Prakoso, 2022). Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pendidikan dan pendampingan masyarakat, seperti: 1) Sosialisasi tentang pentingnya sertifikasi halal produk dan kewajiban sertifikasi halal produk makanan dan minuman; 2) Pendampingan proses pendaftaran sertifikasi halal; 3) Pelatihan pembuatan inovasi produk olahan kopi dan parijoto; dan 4) Monitoring dan Evaluasi atas kegiatan yang dilakukan yang bertujuan untuk meningkatkan usaha mitra. Sebelum dilakukan pelatihan, dilakukan sosialisasi tentang sertifikasi produk halal dan penilaian *pre-test* untuk mengetahui tingkat pengetahuan mitra. Pengabdian ini dilaksanakan di wilayah Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus kepada 2 mitra yaitu UMKM Recolta Parijoto dan UMKM Kopi Robusta Muria Zayna. Alat yang digunakan yaitu laptop, proyektor, *banner* kegiatan, alat pencampur/ *mixer*, persyaratan pengajuan Sertifikasi Halal. Bahan-bahan yang digunakan yaitu modul pelatihan peningkatan *value added*, sampel sirup Parijoto, sampel kopi muria, kemudian dilakukan uji produk pada konsumen untuk mengetahui manfaat dari kegiatan terhadap parameter keberlanjutan dari sisi manfaat.

Hasil dan Pembahasan

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra terletak pada *branding* produk, pengelolaan SDM, dan inovasi produk baru. Sehingga solusi yang kita gunakan adalah sebagai berikut:

Sosialisasi Pentingnya Sertifikasi Halal Pada UMKM Mitra

Sertifikasi halal merupakan salah satu elemen terpenting yang dipertimbangkan oleh konsumen Muslim sebelum membeli sebuah produk. Ridzwan et al., (2007) berpendapat bahwa sertifikasi halal akan menjadi faktor yang berkontribusi dalam keputusan pembelian konsumen. Sertifikasi halal dianggap lebih penting daripada sertifikat ISO (*international organization for standardization*) dalam kemasan suatu produk. Oleh karena itu, tahap awal kita melakukan sosialisasi tentang pentingnya sertifikasi halal pada UMKM mitra.



Gambar 1. Sosialisasi ke Mitra

Selain melakukan sosialisasi, tim pengabdian juga menanyakan mengenai kendala yang dialami oleh pengusaha. Beberapa kendala yang bisa diidentifikasi setelah dilaksanakan wawancara awal dengan mitra pada Senin (7/8) menemukan bahwa pihak mitra masih belum mengetahui tentang pentingnya sertifikasi halal, manfaatnya, dan proses pengajuannya. Selain itu, mitra juga cenderung tidak melakukan inovasi atas produknya yang menyebabkan usaha berjalan di tempat. Selain diskusi tentang sertifikasi halal juga mitra berkeinginan dibantu untuk mendapatkan Hak paten merk kopi "Zayna" dan dibantu dalam mengolah limbah kulit kopi agar menjadi bermanfaat. Hasil sosialisasi tahap pertama tersebut menjadi dasar program pengabdian selanjutnya.

Produk Mitra Sudah Bersertifikasi Halal

Sertifikasi halal menjadi bukti bahwa produk yang diperjualbelikan telah memenuhi syarat kehalalan yang ditetapkan oleh Badan Penyelenggaran Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama. Adanya

sertifikasi halal ini memberikan manfaat bagi mitra untuk meyakinkan konsumen bahwa produknya terjamin kehalalannya dan aman dikonsumsi. Gambar 3-6 menunjukkan seluruh varian kopi Muria Zayna sudah bersertifikasi halal.



Gambar 2. Kopi Robusta varian Fullwash



Gambar 3. Kopi Robusta varian Honey



Gambar 4. Kopi Robusta varian Natural



Gambar 5. Kopi Robusta varian Wine

Produk bersertifikasi halal memiliki *unique selling point* sebagai strategi penjualan yang unik dan memiliki citra positif di mata para konsumen (Warto & Samsuri, 2020). Sosialisasi dan pendampingan tentang pentingnya sertifikasi halal bagi pengusaha produk lokal unggulan gunung muria masih perlu terus dilakukan. Adanya sertifikasi halal tersebut membantu konsumen memilih produk tanpa adanya keraguan. Sertifikasi halal juga mampu menjadi tiket untuk mendapatkan akses ke pasar global terutama Negara-negara Muslim.

Kegiatan Pelatihan Kemampuan Manajerial untuk Peningkatan SDM

Kebutuhan pendampingan mitra selanjutnya yaitu tentang pengetahuan dan kemampuan dalam mengembangkan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki. Selanjutnya dilakukan pelatihan pengembangan SDM terhadap 15 karyawan pada pelaku usaha Kopi Robusta Muria dan Parijoto. Metode pelatihan yang digunakan yaitu melalui metode pembelajaran orang dewasa meliputi: mengalami, mengungkapkan, menganalisis, menyimpulkan dan menerapkan. Partisipasi aktif dari karyawan sangat tinggi. Pelatihan diawali pelaksanaan pre-test. Pre-test dimaksudkan untuk menggali informasi sejauh mana pengetahuan para karyawan terhadap pentingnya SDM yang berkualitas untuk memajukan suatu usaha dan bisnis, selain itu untuk mengetahui pentingnya pengetahuan manajemen usaha yang ada di tempat kerja. Pre-test terdiri atas 10 pertanyaan. Setelah pre-test dilanjutkan dengan pelatihan, dan diakhiri dengan posttest. Fokus pelatihan yang dilakukan yaitu penjelasan konsep pengembangan dan peningkatan sumber daya manusia pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).



Gambar 6. Pelatihan SDM dengan Mitra 1



Gambar 7. Pelatihan SDM dengan Mitra 2

Tabel 1. Rekap Hasil *Pre-test* dan *Post-test* Pelatihan

No	<i>Pretest</i>	<i>Post-test</i>
1.	Pengetahuan karyawan tentang keunggulan produk yang dijual di tempat kerja	
	13,3% tidak menjawab	-
	40% memanfaatkan produk hasil pertanian	40% memanfaatkan produk hasil pertanian
	20% agar sehat	6,7% agar sehat
	26,7% inovasi produk pertanian setempat	53,3% inovasi produk pertanian setempat
2.	Pengetahuan karyawan tentang kemampuan mengarahkan SDM agar bekerja sesuai dengan aturan	
	13,3% tidak menjawab	6,7% tidak menjawab
	26,7% terkadang sesuai aturan	26,7% terkadang sesuai aturan
	13,3% sesuai peraturan	66,6%sesuai peraturan
	40% kurang memahami aturan yang ada dan berlaku	-
	6% aturan sering berubah dan tidak jelas	-
3.	Pengetahuan tentang kejelasan jobdesk yang ada	
	33,3% jelas dan paham dengan jobdesk	86,6% jelas dan paham dengan jobdesk
	33,4% job desk sering berubah – ubah	6,7% jobdesk sering berubah - ubah
	13,3% kurang paham dengan jobdesk yang ada	6,7% kurang paham dengan jobdesk yang ada
	20% jobdesk terlalu berlebihan	-
4.	Pengetahuan pentingnya pengawasan terhadap kinerja karyawan	
	6% tidak menjawab	-
	46,6% pemilik kurang dalam pengawasan karyawan	20% pemilik kurang dalam pengawasan karyawan
	20% di lakukan pengawasan	73,3% di lakukan pengawasan
	26,6% pengawasan dilakukan alakadarnya	6,7% pengawasan dilakukan alakadarnya
5.	Pengetahuan evaluasi terhadap hasil kerja karyawan	
	33,3% tidak dilakukan evaluasi	-
	26,6% di lakukan evaluasi	80% di lakukan evaluasi
	40% di evaluasi namun tidak ada tindak lanjut	20% di evaluasi namun tidak ada tindak lanjut
6.	Pengetahuan tentang koordinasi dengan tim / rekan kerja lain	
	13,3% tidak menjawab	6,7% tidak menjawab
	60% tidak ada koordinasi tim	-
	26,6% ada koordinasi	93,3% ada koordinasi
7.	Pengetahuan kompetensi karyawan terhadap bisnis Food and Beverage (F&B)	
	26,6% sekedar tau	13,3% sekedar tau
	26,6% tau dan sudah memiliki pengalaman	80% tau dan sudah memiliki pengalaman
	33,3% tau pada saat sudah bekerja	6,7% tau pada saat sudah bekerja
	13,3% tidak tau	-
8.	Pengetahuan pemilik dalam memberi arahan kepada karyawan	
	13,3% tidak menjawab	-
	40% sudah memberi arahan	86,6% sudah memberi arahan
	20% memberi arahan ketika diminta	13,3% memberi arahan ketika diminta
	26,7% tidak diberi arahan	-

9.	Pengetahuan karyawan tentang gaya pemilik dalam memimpin usaha	
	26,7% berbaur dengan karyawan	20% berbaur dengan karyawan
	40% terlalu mendikte dan otoriter	-
	20% inspirasional	73,3% inspirasional
	13,3% transaksional	6,7% transaksional
10.	Pengetahuan karyawan bahwa SDM perlu di berdayakan	
	53,3% belum ada pemberdayaan SDM	-
	26,7% diberdayakan dengan mengikutkan di suatu event	93,3% diberdayakan dengan mengikutkan di suatu event
	20% tidak tau bahwa SDM perlu diberdayakan	6,7% tidak tau bahwa SDM perlu diberdayakan

Sumber: Data diolah (2023)

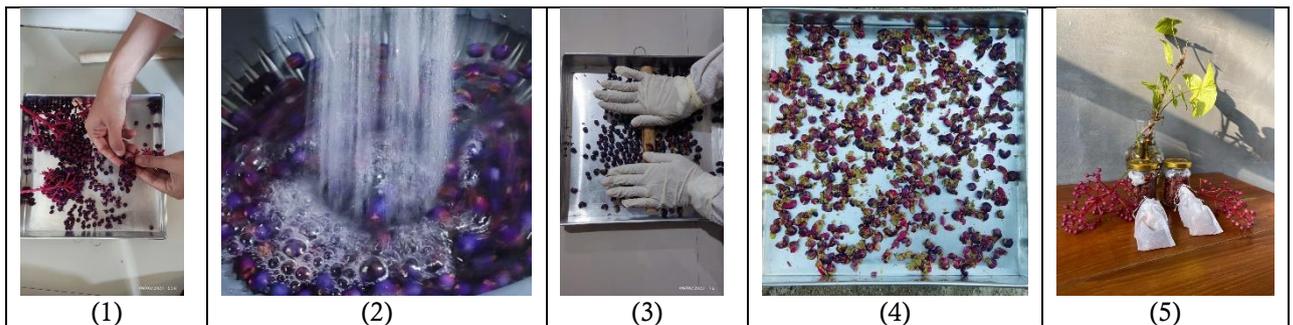
Berdasarkan tabel 1. hasil *pretest* bahwa sebagian besar karyawan enggan untuk menjawab beberapa pertanyaan dikarenakan mereka tidak mengetahui bahwa SDM ini berharga. Sehingga walaupun menjawab mereka masih bingung dan penuh dengan ketidakjelasan. Selain itu para karyawan ini tidak pernah ikut pelatihan, tidak punya rencana pengembangan usaha. Hal ini yang diduga menjadi penyebab usaha mikro susah berkembang. Peran serta pihak terkait seperti pemerintah, mempunyai andil yang besar terhadap pengembangan usaha mikro khususnya di daerah Kabupaten Kudus.

Postest dilakukan 2 minggu setelah kegiatan pelatihan untuk mengetahui perkembangan peserta setelah pelatihan dalam hal kemampuan manajerial guna meningkatkan kualitas SDM para pebisnis ini. Hasil perbandingan *pretest* dan *posttest* peserta pelatihan menunjukkan bahwa kemampuan manajemen usaha pelaku usaha mikro di Kabupaten Kudus terutama pada Kopi Robusta Muria dan Recolta Coffee Parijoto mengalami peningkatan sesudah pelatihan. Diharapkan dengan peningkatan pemahaman tentang arti pentingnya pengelolaan dan pencatatan kemampuan manajerial lebih rinci maka kinerja UMKM juga akan meningkat. Secara umum pengetahuan peserta pelatihan tentang kemampuan manajerial dalam tempat kerja mengalami peningkatan setelah pelatihan. Hal ini juga membuat mereka mengetahui bahwa peningkatan kualitas SDM di perlukan. Setelah pelatihan, komitmen pelaku usaha meningkat untuk terus memberdayakan SDMnya agar semakin berkualitas demi keberlangsungan usaha dan bisnisnya.

Setiap pengelola bisnis UMKM akan diberikan skill kepemimpinan bisnis. Kepemimpinan bisnis sangat diperlukan untuk menentukan arah bisnis baik dalam jangka pendek dan jangka panjang. Membaca arah bisnis masa depan dan aplikatif dengan *sharing session* berkualitas tinggi pada sistem *mentorship*. Skill kepemimpinan yang memadai akan memudahkan pada proses adaptasi perubahan bisnis yang sangat cepat. Hal ini didukung dengan menggunakan sistem teknologi baru. Memperluas area jangkauan konsumen dalam hal distribusi dan pengembangan usaha. Peningkatan kualitas SDM pelaku usaha mikro melalui kegiatan pelatihan dapat meningkatkan produktivitas dengan meningkatnya pendapatan pelaku usaha.

Penciptaan Inovasi Produk Baru

Selanjutnya dilakukan pelatihan mengenai pengolahan produk unggulan dengan didampingi narasumber yang ahli dibidang kuliner. Kegiatan tersebut diharapkan bisa memberikan pandangan mengenai diversifikasi dan inovasi produk kopi dan parijoto dibandingkan yang selama ini ada. Proses yang dilakukan sebagai berikut: 1) Pemilihan buah parijoto; 2) Cuci bersih; 3) Dihaluskan menggunakan *rolling pin*; 4) Dijemur membutuhkan waktu 5-6 hari, jika menggunakan oven membutuhkan waktu 4-5 jam dengan suhu 110 derajat Celsius; 5) Teh parijoto siap disajikan, perbandingan yang digunakan yaitu 5:1, 5 untuk parijoto dan 1 untuk teh tubruk.



Gambar 8. Proses Pembuatan Teh Parijoto



Gambar 9. Kopi Parijoto



Gambar 10. Teh Cascara



Gambar 11. Demonstrasi Inovasi Produk Kopi Parijoto

Kandungan parijoto baik dalam bentuk kopi maupun teh parijoto memiliki tekstur lebih kasar (seperti teh tubruk) dengan tujuan agar mempertahankan citarasa khas yg dimiliki parijoto yaitu asam segar. Branding yang bisa dimunculkan yaitu “Kopi dan Teh parijoto, minuman segar kaya manfaat dan antioksidan”. Kandungan antioksidan yang tinggi pada parijoto (flavonoid, Saponin dan Tanin) (Hasbullah et al., 2020) menjadi inovasi baru solusi sehat dengan rasa nikmat bagi pecinta teh dan kopi.

Monitoring dan evaluasi

Tahap terakhir yaitu *monitoring* dan evaluasi dari hasil pengabdian yang telah dilakukan berupa perbandingan kualitas manajerial antara sebelum dan sesudah dilakukan pengabdian. Selain itu juga melihat respon minat konsumen akan diversifikasi dan inovasi olahan kopi dan parijoto. Adapun kriteria yang diukur yaitu, (a) Terjadi peningkatan terhadap pengetahuan dan keterampilan mitra tentang manajemen usaha dan manajemen produk halal. (b) Terjadi perubahan kemampuan dan keterampilan dalam membuat variasi produk dengan berhasil membuat varian produk baru hasil kombinasi kopi dan parijoto. (c) Bertambahnya pengetahuan tentang pentingnya legalitas usaha dan sertifikasi halal produk makanan dan minuman. Produk hasil olahan sudah tersertifikasi halal dan terbukti berdampak pada mitra merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produknya.

Kesimpulan

Hasil kegiatan pengabdian kepada para UMKM kopi dan parijoto lereng gunung Muria dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Peningkatan pengetahuan para mitra khususnya mengenai cara manajemen usaha dan manajemen produk halal. (2) Peningkatan kemampuan berinovasi bagi UMKM mitra produk unggulan lereng gunung Muria. Proses produksi yang tadinya hanya menghasilkan produk kopi dan parijoto saja, telah meningkat menjadi olahan baru dengan cita rasa baru berupa kopi-parijoto dan teh-parijoto. Luaran kegiatan ini adalah produk tersertifikasi halal, peningkatan kualitas olahan kopi dan parijoto sehingga produk kopi muria ini dapat menjadi produk unggulan lereng gunung Muria yang selalu eksis.

Daftar Pustaka

- Alpandari, H., & Prakoso, T. (2022). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani dalam Optimalisasi Pekarangan Sebagai Ketahanan Pangan Keluarga. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 388–393. <https://doi.org/10.24036/abdi.v4i2.337>
- Dwijayanti, K., Azizah, N., Sa, M., & Jepara, U. (2020). Peningkatan Produktivitas UMKM Kopi Muria Melalui Pelatihan Pengolahan Kopi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2). <http://ejournal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/J-ABDIPAMAS>
- Fahira, K. T., & Yasin, R. M. (2022). Peningkatan Nilai Produk Melalui Perijinan PIRT, Sertifikasi Halal dan Digital Marketing Pada UMKM Sirup Parijoto. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni bagi Masyarakat)*, 11(2), 173.
- Hameeda, S., Gillani, B., Mahmood, M., & Khan, S. (2016). Role of Islamic Financial Institutions in Promotion of Pakistan Halal Food Industry. *Islamic Banking and Finance Review. Syeda Hameeda Batool., & Ijaz, Farrukh*, 3(1).
- Hasbullah, U. H. A. A., Pertiwi, R. B., Hidayah, I. N., & Andrianty, D. (2020). Aktivitas Antioksidan Ekstrak Buah Parijoto Pada Berbagai pH Pengolahan Pangan. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(2), 170-175.

-
- Hersugondo, H., Wahyudi, S., Yuniawan, A., Idris, I., Soedarto, J. P., & Semarng, T. (2022). Penguatan Komoditi Unggulan Masyarakat: Pengembangan Produk dan Pasar Kopi Lelet Rembang. *Jurnal Abdimas PHB*, 5(2). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/>
- Kementerian Agama RI. (2023). Tarif Layanan Permohonan Sertifikasi Halal. <http://kemenag.go.id>. Diakses pada 12 Desember 2023
- Khasanah, N. U., Safira, M. E., Agung, W. K. S., Chotib, M., Lahuri, S. Bin, & Nimasari, E. P. (2021). Regulation of halal and healthy products for small-scaled businesses as consumer protection. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 9(E), 749–753. <https://doi.org/10.3889/oamjms.2021.6643>
- Quraysin, I., & Afiah, E. T. (2021). Pelatihan Manajemen Usaha Keripik Talas Beneng Pada Kelompok Tani Tunas Mandiri Cinyurup Pandeglang. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 1(3). <https://doi.org/10.53067/ijecsed>
- Ridzwan, N., Dali, S. M., & Mohammad, H. (2007). Halal branding: An exploratory research among consumers in Malaysia. <https://www.researchgate.net/publication/228430886>
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>