

Pemberdayaan Jamaah Muslimat Nu Dalam Meningkatkan UMKM Rumahan (Pengolahan Getuk Singkong) Di Kecamatan Selorejo Blitar Jawa Timur

Binti Nursita Putri

Manajemen pendidikan islam, STAI Hidayatut Thullab Kediri

Email : binti.nursita@staihitkediri.ac.id

Abstract

Arus globalisasi dan derasnya kemajuan teknologi komunikasi telah memperlihatkan perkembangan yang menakjubkan disatu sisi, namun disisi lain masyarakat nampaknya mulai berhadapan pada benturan budaya, seolah-olah perlahan-lahan ilmu pengetahuan mengucapkan selamat tinggal pada agama, kehidupan manusia semakin kering akan makna spiritual. Muslimat di selorejo dengan muatan paham Aswaja menjaga sebuah implementasi tradisi keagamaan menyajikan program dalam bentuk sosial keagamaan. Dalam hal keagamaan banyak sekali program yang sudah dilakukan oleh pengurus muslimat bahkan setiap minggu setiap bulan bahkan setiap tahun pun selalu ada kegiatan muatan keagamaan yang diprogramkan oleh muslimat selorejo guna menguatkan spiritual pribadi jamaahnya. Akan tetapi dengan banyak program yang mana membutuhkan anggaran yang tidak sedikit untuk itu perlunya adanya pelatihan dan pendampingan UMKM rumahan yang dimana pelaku dari UMKM rumahan tersebut semua anggota jamaah muslimat selorejo blitar untuk meningkatkan perekonomian dan ketrampilan jamaah dalam memperoleh kepribadian dan organisasi yang mandiri salah satu pemberdayaan wanita untuk meningkatkan UMKM rumahan jamaah muslimat selorejo mengadakan pelatihan pembuatan makanan dimasa dulu yang sudah berangsur hilang dengan gempuran makanan makanan yang baru salah satunya pelatihannya yaitu pembuatan makanan dari singkong yaitu getuk singkong yang mana dalam pelatihan ini di ikuti oleh perwakilan setiap ranting dengan jumlah peserta 100 jamaah yang dikumpulkan di pelataran gedung MWC selain pengolahan juga di ajari dalam pemasaran melalui media sosial untuk memudahnya penjualan produk, dalam kegiatan ini dilakukan bertahap selama satu bulan dalam seminggunya dilakukan kegiatan selama dua hari dihari sabtu dan minggu dan bergantian dalam setiap jamaah karena terbatasnya ruangan dan bahan yang digunakan untuk praktik .

Keyword : pemberdayaan, muslimat, UMKM

A. Pendahuluan

Muslimat Nahdlatul Ulama adalah organisasi kemasyarakatan yang bersifat sosial keagamaan salah satu Badan Otonom dari Nahdlatul Ulama. Didirikan pada tanggal 26 Rabiul Akhir 1365 Hijriah bertepatan dengan tanggal 29 Maret 1946 di Purwokerto. Hingga kini dipimpin oleh Ketua Umum Hj Khofifah Indar Parawansa yang juga Gubernur Provinsi Jawa Timur.

Pada Mukhtamar ke-13 NU di Menes, Banten tahun 1938 menjadi momen awal gagasan mendirikan organisasi perempuan NU itu muncul. Dua tokoh yakni Nyai R Djuaesih dan Nyai Siti Sarah tampil sebagai pembicara di forum tersebut mewakili jamaah perempuan. Nyai R Djuaesih secara tegas dan lantang menyampaikan urgensi kebangkitan perempuan dalam kancah organisasi sebagaimana kaum laki-laki. Ia menjadi perempuan pertama yang naik mimbar dalam forum resmi organisasi NU. Secara internal, di NU ketika itu juga belum tersedia ruang yang luas bagi jamaah perempuan untuk bersuara dan berpartisipasi dalam penentuan kebijakan.

Ide itupun disambut dengan perdebatan sengit di kalangan peserta Mukhtamar. Setahun kemudian, tepatnya pada Mukhtamar ke-14 NU di Magelang, saat Nyai Djuaesih mendapat tugas memimpin rapat khusus wanita oleh RH Muchtar (utusan NU Banyumas) yang waktu itu dihadiri perwakilan dari daerah-daerah di Jawa Tengah dan Jawa Barat, seperti Muntilan, Sukoharjo, Kroya, Wonosobo, Surakarta, Magelang, Parakan, Purworejo, dan Bandung. Forum menghasilkan rumusan pentingnya peranan wanita NU dalam organisasi NU, masyarakat, pendidikan, dan dakwah.

Dikutip dari laman muslimatnu.or.id, pada tanggal 29 Maret 1946, bertepatan tanggal 26 Rabiul Akhir 1365 H, keinginan jamaah wanita NU untuk berorganisasi diterima secara bulat oleh para utusan Mukhtamar ke-16 NU di Purwokerto. Hasilnya, dibentuklah lembaga organik bidang wanita dengan nama Nahdlatol Oelama Moeslimat (NOM) yang kelak lebih populer disebut Muslimat NU. Hari inilah yang di kemudian hari diperingati sebagai hari lahir Muslimat NU sampai sekarang. Pendirian lembaga ini dinilai relevan dengan kebutuhan sejarah. Pandangan ini hanya dimiliki sebagian kecil ulama NU, di antaranya KH Muhammad Dahlan, KH Abdul Wahab Chasbullah, dan KH Saifuddin Zuhri.

Atas dasar prestasi dan kiprahnya yang demikian, Mukhtamar ke-19 NU di Palembang pada tahun 1952, Muslimat NU memperoleh hak otonomi. Mukhtamirin sepakat memberikan keleluasaan bagi Muslimat NU dalam mengatur rumah tangganya sendiri serta memberikan kesempatan untuk mengembangkan kreativitasnya di medan pengabdian. Sejak menjadi badan otonom NU, Muslimat lebih bebas bergerak dalam memperjuangkan hak-hak wanita dan cita-cita nasional secara mandiri. Dalam perjalanannya, Muslimat NU bergabung bersama elemen perjuangan wanita lainnya, utamanya yang tergabung dalam Kongres Wanita Indonesia (Kowani), s

Sebuah federasi organisasi wanita tingkat nasional. Di Kowani, Muslimat NU menduduki posisi penting. **Ketua Umum PP Muslimat NU dari masa ke masa yaitu:** Nyai Chodijah Dahlan (1946-1947) Nyai Yasin (1947-1950) Nyai Hj Mahmudah Mawardi (1950-1979) Nyai Hj Asmah Syahrani (1979-1995) Nyai Hj Aisyah Hamid Baidlawi (1995-2000)

Nyai Hj Khofifah Indar Parawansa (2000-sekarang) **Program dan Kegiatan** Jumlah Anggota Muslimat Nahdlatul Ulama diperkirakan mencapai 32 juta yang tersebar di 34 Pimpinan Wilayah (Tingkat Provinsi), 532 Pimpinan Cabang (Tingkat Kabupaten/Kota), 5.222 Pimpinan Anak Cabang (Tingkat Kecamatan), dan 36.000 Pimpinan Ranting (Tingkat Kelurahan/Desa). **Untuk Layanan Sosial dan Kesehatan, Muslimat NU memiliki:** 104 Panti Asuhan 10 Asrama Putri 10 panti Jompo 108 Pusat Layanan Kesehatan (RS/RSB/Klinik) **Layanan Pendidikan:** 9.800 Taman Kanak-Kanak dan Raudhotul Athfal (TK/RA) 350 Taman Pendidikan Al-Qur'an 6.226

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Layanan Koperasi: 1 Induk Koperasi Induk An-Nisa 9 Koperasi Sekunder 144 Koperasi Primer yang berbadan Hukum 355 Tempat Pelayanan Anggota Koperasi (TPAK) Layanan Ketrampilan: 11 Balai Latihan Kerja (BLK) sementara dalam pelatihan UMKM guna meningkatkan usaha anggotanya banyak sekali kegiatan pelatihan yang dilakukn salah satunya kegiatan peningkatan UMKM rumahan yang dilakukan oleh muslimat NU selorejo blitar guna menciptakan anggota yang mandiri dan diharapkan organisasi juga mendapatkan impeck dari kegiatan pelatihan UMKM rumahan itu salah satunya ketika ada iuran supaya tidak merasa keberatan karena dengan berbagai macam tingkat perekonomian anggota muslimat NU selorejo kegiatan UMKM itu sendiri merupakan UMKM adalah kegiatan atau usaha bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, ataupun badan usaha kecil.

UMKM sendiri merupakan singkatan dari usaha kecil, mikro, dan menengah. Sebelumnya UMKM diatur dalam Undang-undang No. 20 tahun 2008, lalu diatur dalam PP No. 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering disebut PP UMKM. UMKM yang ada di Indonesia jumlahnya terus bertambah dan semakin berkembang. Selain itu, Menteri Koperasi dan UKM mengatakan bahwa sebanyak 19 juta UMKM di Indonesia sudah masuk ke ekosistem digital hingga Mei 2022.

Ini berarti sudah semakin banyak pelaku UMKM yang dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung bisnis mereka. Tidak semua usaha bisa masuk dalam kategori UMKM. Ini terjadi karena ada juga kategori usaha besar dengan jumlah kekayaan lebih banyak daripada usaha menengah. Usaha besar adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan lebih besar daripada usaha menengah.

Contoh usaha besar adalah usaha nasional milik swasta, usaha patungan, usaha milik negara, atau usaha asing yang beroperasi di Indonesia. Penggolongan usaha dilakukan berdasarkan besaran hasil penjualan tahunan dan jumlah kekayaan atau aset yang dimiliki. Kriteria UMKM di Indonesia Berdasarkan PP UMKM tahun 2021, UMKM terbagi menjadi 3, yaitu usaha kecil, mikro, dan usaha menengah. Mengetahui kategori usaha atau bisnis yang kamu jalankan dapat digunakan untuk mengurus surat izin usaha sekaligus menentukan pajak yang dibebankan kepada kamu selaku pemilik UMKM. Berikut merupakan kriteria dari setiap usaha. Kira-kira, usaha atau bisnis kamu termasuk yang mana?

Usaha mikro adalah usaha atau bisnis milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah yang berlaku. Usaha atau bisnis yang masuk dalam kategori usaha mikro adalah apabila memiliki modal usaha paling banyak satu miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Selain itu, kriteria hasil penjualan tahunan untuk usaha mikro adalah paling

banyak 2 miliar rupiah. Terkadang, keuangan usaha mikro masih bercampur dengan keuangan pribadi. Ini menunjukkan bahwa usaha mikro belum menerapkan sistem profesional. Beberapa contoh usaha mikro adalah sebagai berikut: toko kelontong; usaha rumahan; pedagang kaki lima; warung kopi; pedagang di pasar; dan bisnis pangkas rambut rumahan.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai usaha kecil sesuai peraturan pemerintah yang berlaku. Usaha kecil memiliki modal usaha lebih dari 1 miliar rupiah sampai paling banyak 5 miliar rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau bisnis. Untuk hasil penjualan tahunan, usaha kecil memiliki hasil lebih dari 2 miliar rupiah sampai paling banyak 15 miliar rupiah. Berbeda dengan usaha mikro, keuangan usaha kecil sudah lebih terorganisasi antara keuangan pribadi dan hasil penjualan. Beberapa contoh usaha kecil adalah sebagai berikut: *bisnis laundry*; jasa cuci motor atau mobil; usaha katering; fotokopian; bengkel motor; dan restoran kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi usaha menengah sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah yang berlaku. Usaha menengah memiliki modal usaha lebih dari 5 miliar sampai paling banyak 10 miliar rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Hasil penjualan tahunan usaha menengah lebih dari 15 miliar sampai paling banyak 50 miliar rupiah.

Ciri-ciri usaha menengah adalah pengelolaan keuangan yang lebih profesional dan terorganisir serta sudah memiliki legalitas. Beberapa contoh usaha menengah adalah sebagai berikut: bengkel atau penjualan sparepart kendaraan; perkebunan dan pertanian; perusahaan pembuat roti; dan toko bangunan. Berikut ini adalah ciri-ciri dari sebuah UMKM. Jenis barang atau komoditas yang dijual dapat berganti atau berubah sewaktu-waktu atau tidak bersifat tetap. Tempat usaha dapat berpindah-pindah apabila diperlukan. Usaha belum menerapkan sistem administrasi, terkadang sistem pengelolaan keuangan juga belum terorganisasi. Umumnya belum memiliki surat izin usaha atau legalitas, termasuk NPWP.

Peran UMKM untuk perekonomian Indonesia UMKM memiliki peranan yang penting dalam perekonomian di Indonesia, terutama saat terjadi krisis ekonomi. UMKM dapat menjadi roda penggerak perekonomian. Berikut beberapa peran penting UMKM untuk perekonomian negara: Membantu perekonomian negara UMKM memiliki kontribusi terbesar terhadap Produk

Domestik Bruto (PDB), yaitu sebesar 61,97% dari total PDB nasional pada tahun 2020. Jumlah ini setara dengan 8.500 triliun, angka yang besar bukan?

Membuka lapangan pekerjaan UMKM mampu menyerap 97% tenaga kerja dari daya serap dunia usaha pada tahun 2020. Jumlah UMKM yang semakin bertambah juga membuka lapangan pekerjaan. Selain itu, UMKM membantu menampung pekerja dengan tingkat pendidikan yang rendah. Dengan terbukanya lebih banyak lapangan pekerjaan, UMKM juga turut membantu menekan angka pengangguran. Memenuhi kebutuhan masyarakat Jumlah UMKM yang sangat banyak, tersebar baik di perkotaan dan juga pedesaan, bahkan hingga daerah terpencil.

Hal ini membantu masyarakat untuk mengakses barang, jasa, dan kebutuhan pokok dengan lebih mudah. Tidak hanya itu, UMKM juga menyediakan kebutuhan masyarakat dengan harga yang relatif murah. Sebagai penopang ekonomi saat kondisi krisis Dalam kondisi ekonomi yang sulit atau krisis, UMKM mampu untuk bertahan. Misalnya saat krisis moneter 1997/1998 atau saat pandemi Covid 19. Meningkatkan kemampuan wirausaha UMKM menjadi titik awal mobilitas investasi di pedesaan dan sebagai wadah atau sarana peningkatan kemampuan wirausaha. Contoh usaha UMKM Berikut merupakan beberapa contoh usaha UMKM. Usaha bidang kuliner Usaha di bidang kuliner atau makanan tidak ada habisnya.

Usaha ini menjual berbagai jenis makanan (berat dan ringan) atau minuman. Usaha di bidang ini menjadi pilihan banyak orang ketika akan memulai sebuah usaha. Hal ini terjadi karena makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok yang selalu dicari banyak orang. Selain itu, kamu juga bisa memulai usaha kuliner dari rumah. Misalnya, membuka warung nasi, warung kopi, usaha catering, kue basah, dan lain sebagainya.

Tujuan kegiatan

Kegiatan ini bertujuan untuk memberi pengetahuan dan ketrampilan untuk meningkatkan perekonomian anggota muslimat NU selorejo supaya bisa menjadi anggota organisasi muslimat yang mandiri ketika terdapat pembayaran ataupun iuran organisasi supaya tidak merasa keberatan dan supaya bisa meningkatkan perekonomian rumah tangga semua anggota muslimat selorejo.

Identifikasi Masalah

Persoalan yang di dapat sebelumnya sangat banyak anggota muslimat jika terdapat kegiatan yang berhubungan dengan materi selalu tidak mengikuti program organisasi lantaran banyak sekali anggota yang kurang produktif dalam mengembangkan usaha yang dimiliki padahal banyak potensi yang bisa digali untuk dijadikan sumber perekonomian dimana di kecamatan selorejo blitar banyak sekali petani singkong dan petani tumbuhan lainya yang bisa dijadikan olahan pangan rumahan untuk bisa bahan sumber pendapatan tambahan bagi seorang

istri yang mana tidak mengandalkan pendapatan dari suami yang bekerja saja dimana istri bisa mencari tambahan penghasilan guna memfasilitasi kegiatan muslimat yang diikuti akan tetapi potensi itu belum muncul karena kurangnya pemahaman dunia media sosial dan kurangnya bagaimana caranya memasarkan sebuah produk rumahan yang biasanya sederhana bisa menjadi sebuah makanan yang spesial dengan di branding yang sebaik mungkin seperti halnya singkong jika di olah menjadi getuk dengan di beri kemasan yang menarik dengan dipasarkan melalui media sosial bisa menjadi tambahan pendapatan bagi ibu rumahan.

B. Metode Pelaksanaan

Dalam program ini metode yang dilakukan yaitu pertama dengan cara konsolidasi kepada semua pengurus muslimat di tingkat kecamatan tentang bagaimana bisa meningkatkan penghasilan jamaah dalam menggunakan program pelatihan dan pemberdayaan jamaah melalui UMKM rumahan, yang kedua dengan metode pembentukan panitia untuk mencari sponsor sebagai penyangga dalam kegiatan pelatihan tersebut supaya tidak memberatkan jamaah yang mengikuti pelatihan tersebut.

Yang ketiga dengan metode sosialisasi kepada semua anggota dari tingkat kecamatan sampai tingkat ranting atau dusun bahwa pelatihan gratis untuk semua anggota jamaah muslimat NU selorejo blitar. Dalam kegiatan pelatihan dimana semua peserta pelatihan di ajari gimana cara membuat olahan makanan tradisional getuk singkong yang bisa dinikmati oleh semua kalangan dalam pelatihan tersebut juga di ajarkan bagai mana membuat bren UMKM yang bisa dikenal oleh semua orang dengan kata kata ataupun dengan pecking yang baik dan bersih selain itu juga di ajari cara mempromosikan melalui media sosial baik facebook tiktok instagram dan media sosial lainnya. Pelatihan ini dilakukan bertahap karena jumlah peminat yang sangat banyak dengan setiap tahapanya disesuaikan kuota yang ada selain itu dalam pelatihan ini juga adanya pendampingan lanjutan selama satu bulan setelah pelaksanaan pelatihan dan sudah ada produk yang dihasilkan.

C. Hasil Dan Pembahasan

Hasil kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan setiap hari sabtu dan minggu di bulan desember tahun 2023 kemarin dalam kegiatan ini di ikuti oleh 100 jamaah yang tersebar dari seluruh ranting karena jumlahnya peserta yang ikut dan juga minimnya jumlah tutor yang melatih memasak, pengemasan dan media sosial yang sejumlah 6 orang dalam setiap materi yang di tutori oleh dua orang yang mana tutor tersebut diambilkan dari orang yang sudah lama dalam berkecimpung di

dunia kuliner jajanan tradisional. Dalam kegiatan tersebut juga difasilitasi peralatan memasak yang mana semua peserta tidak perlu membawa peralatan memasak rumah karena sudah difasilitasi dalam setiap kelompoknya, akan tetapi untuk pelatihan pemasaran semua peserta diwajibkan membawa handphone masing masing guna membantu membuat akun media sosial dan juga diajari dalam membuat konten pemasaran yang menarik oleh tutor yang mana dalam setiap pelatihan berakhir semua peserta di target membuat 10 biji getuk dan juga bentuk pengemasan yang sudah label nama usahanya masing – masing selain itu juga di akhir kegiatan semua sudah membuat akun media sosial untuk pemasaran makanan tersebut yang dijual.

Materi kegiatan

Program pendampingan jamaah muslimat ini yang di ikuti oleh 100 peserta yang tersebar disemua ranting ada tiga materi yang disampaikan oleh tutor yaitu materi pengolahan getuk, materi branding produk, materi pemasaran pertama Indonesia memang terkenal dengan keragamannya. Mulai dari budayanya hingga kuliner khas tiap daerah di Indonesia. Salah satu makanan camilan khas Indonesia yang digemari banyak orang adalah getuk.

Terlebih lagi, warna makanan khas Jawa Tengah dan Jawa Timur ini membuatnya semakin menarik. Bahkan, kini sudah banyak bermunculan kreasi getuk dengan campuran yang bervariasi. Kendati demikian, getuk dengan gaya masak jadul atau tradisional masih menjadi andalan dan favorit banyak orang dari semua kalangan umur. Yuk, simak resep getuk singkong jadul yang enak dan mudah berikut ini Waktu Persiapan: 30 menit Waktu Memasak: 50 menit Porsi: 15 potong Kalori per sajian: 174 (100 gr makanan) Camilan tradisional getuk pertama kali ditemukan di Jawa Tengah pada masa pendudukan Jepang. Saat itu beras merupakan kebutuhan pokok sangat sulit didapatkan.

Alhasil masyarakat menggunakan singkong sebagai alternatif dan mengolahnya menjadi getuk atau *gethuk* yang kita kenal saat ini. Rasanya yang manis dan legit serta warnanya yang menarik menjadikan getuk sebagai camilan favorit orang dewasa hingga anak-anak. Bahan dan cara membuatnya pun cukup mudah untuk dicoba di rumah. Bahan-Bahan Getuk Singkong Jadul 500 gram (gr) singkong kupas. 150 gr gula pasir. 2 sdm gula jawa/merah. 1/4 sdt garam. 1 sdt vanili bubuk. Kelapa parut secukupnya. Pewarna makanan secukupnya. Kukus singkong hingga matang. Kemudian, campurkan singkong dengan gula pasir, gula merah, dan juga garam. Masukkan pewarna makanan dan vanili bubuk. Setelah warna merata, kamu bisa mencetaknya dengan cetakan kue, kemudian taburi atasnya dengan kelapa.

Getuk singkong jadul siap disajikan. Kedua Supaya produk makananmu bisa menarik perhatian setiap pelanggan baru, *branding* harus terlihat menarik. *Branding* yang tepat bisa membuat calon pelanggan ingin membeli produk makanan yang kamu

tawarkan, *nih!* Contohnya, kemasan atau *packaging* bisa menjadi salah satu elemen branding produk makanan yang menarik, pengertian *branding* produk yaitu strategi atau cara *marketing* yang fokusnya pada pembentukan citra dan identitas kuat pada produk di benak konsumen atau target audiensnya. Kamu sering melihat logo suatu brand yang mencolok atau pernah mendengar jingle yang khas? *Nah*, itulah hasil *branding* yang kuat pada suatu *brand*. *Branding* tak hanya menciptakan logo yang menarik, tapi di dalamnya terdapat nilai, visi, misi, dan cerita yang ingin disampaikan pada konsumen atau target audiensnya.

Branding produk juga menciptakan ikatan emosional antara produk dan konsumen, sehingga nantinya brand tersebut dapat dibedakan secara langsung oleh konsumen dari kompetitor sejenis di dalam satu industri. Di era revolusi industri 5.0 seperti saat ini, *branding* produk merambah ke *online platform*, *nih!* Misalnya, dengan menggunakan media sosial yang bisa berinteraksi langsung dengan konsumen dan menaikkan citra brand tersebut. Adanya *branding* produk kuat, tentunya akan membuat para konsumen atau target audiens mempertimbangkan layanan atau layanan yang brand tersebut tawarkan. Jika kamu mempunyai bisnis makanan, kamu perlu menggunakan strategi branding yang kuat agar produkmu mudah dikenal target audiensmu, *lho!* Mengapa strategi *branding* makanan ini penting? Berikut ini beberapa manfaat yang bisa kamu ketahui ketika kamu menggunakan *branding* untuk produk makananmu, ya. Meningkatkan *brand awareness*.

Diferensiasi produk sejenis. Meningkatkan kepercayaan konsumen. Meningkatkan nilai jual produk makananmu. Membangun identitas *brand* yang kuat. Membangun hubungan emosional yang kuat dengan konsumen. Bisa untuk menyampaikan nilai dan cerita produk makanan yang kamu tawarkan. Agar produk dari brand usaha makanan milikmu memiliki keterikatan emosional dengan konsumen, kamu perlu melakukan cara *branding* yang kuat. *Nah*, bagaimana caranya? Berikut ini beberapa cara yang bisa kamu lakukan untuk *branding* produk makanan pada bisnismu, antara lain: Membuat *Image Brand* Dari awal, kamu perlu menjelaskan konsep produkmu dengan detail. Ini melibatkan jenis produk, nilai yang kamu tawarkan kepada pelanggan, citra yang ingin kamu bangun, dan visi-misi bisnismu. Contohnya, jika kamu ingin membuat produk makanan sehat untuk orang dewasa, tapi ingin citranya tetap menyenangkan. *Nah*,

bagaimana cara melakukannya? Ketika kita bicara tentang produk makanan sehat yang menyenangkan, artinya kita perlu fokus juga pada rasa yang lezat, sehat, dan bisa diterima banyak orang, bukan? Selain itu, penting untuk memikirkan produkmu terlihat dari luar, seperti desain kemasan dan logo yang ceria, ya. Tentukan Identitas Bisnis Milikmu Identitas bisnis ini perlu kamu ketahui ketika kamu ingin mem-*branding* produk pada bisnismu. Identitas ini mencakup nama, logo, dan target market. Tanpa kamu sadari, ternyata nama brand sangat

berpengaruh terhadap kesuksesan strategi *branding* yang kamu lakukan nanti, lho! Jadi, pilihlah nama brand yang unik, *catchy*, dan mudah diingat, ya. Pemilihan nama yang unik ini akan memberikan rasa penasaran terhadap calon konsumenmu, lho!

Langkah selanjutnya setelah kamu menentukan nama *brand*, kamu perlu membuat logo yang tentunya berkaitan dengan jenis bisnismu. Logo ini bisa kamu buat sendiri atau menggunakan jasa *graphic designer*, lho! Setelah membuat nama brand dan logo, kamu juga perlu menentukan target *market* bisnismu agar strategi *marketing* yang kamu jalankan berjalan lebih mudah, ya. Bisa dikatakan, bahwa identitas bisnis ini perlu kamu pikirkan matang-matang. Walaupun saat ini kamu memiliki bisnis dalam skala kecil, seiring dengan *branding* produk yang kuat, bisnismu bisa berkambang lebih maju dan mudah dikenal orang. Menentukan Kualitas Produk Seperti yang kita tahu, dalam bisnis kuliner, cita rasa yang lezat pada makanan sangat berperan penting, bukan? Meskipun bukan satu-satunya faktor, kelezatan makanan memang jadi salah satu kunci untuk menarik perhatian pelanggan, *nih!* Jadi, pastikan kamu menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi agar dapat mendukung kelezatan cita rasa produk makananmu,

Menampilkan *Brand* dengan Visual yang Menarik Penting juga, *nih*, untuk membuat tampilan produkmu lebih keren, mirip seperti *brand-brand* besar. Kamu bisa memakai jasa desain logo yang bagus untuk membuat logo, kemasan, hingga kartu nama bisnis agar *brand*-mu terlihat lebih profesional, ya. Dalam membuat tampilan produk, perhatikan tips *branding* produk buat UMKM ini ya, yakni: Memakai *visual image* (foto) yang bagus dan sesuai sama produkmu. Memakai *font* yang mudah dibaca dan ukurannya tak terlalu besar atau kecil. Memilih *color palette* yang sesuai dengan *brand*-mu. Hindari warna yang terlalu mencolok atau terlalu banyak. Hindari *typo* atau pemenggalan kata yang aneh. Memastikan tulisannya mudah dimengerti oleh target audiensmu. Ketika kamu membangun aset *brand* bisnismu, terdapat 3C *branding* yang perlu pertimbangkan, lho! Apa saja itu?

Berikut 3C *branding* tersebut. **Clarity (Ketegasan)**: Membuat pesan dari brand-mu jelas dan mudah dimengerti oleh target audiensmu. **Consistency (Konsistensi)**: Kamu perlu konsisten untuk membuat inspirasi banyak orang pada setiap langkah bisnismu. **Commitment (Komitmen)**: Kamu juga perlu berkomitmen untuk terus berbisnis sesuai dengan tujuan, karena *branding* yang bagus membutuhkan waktu yang tepat. *Branding* untuk Kemasan Produk Kemasan produk bisa jadi salah satu strategi *branding* yang bikin produkmu terlihat beda dari yang lain. Ada beberapa hal yang perlu kamu perhatikan soal kemasan produk, seperti bentuk kemasan, bahan yang dipakai, warna dan keunikan *packaging*.

Kemasan produk itu dipengaruhi juga sama faktor, misalnya isi produk, ukuran, dan bentuknya, kebutuhan konsumen, kategori produk, dan target produk tersebut akan dijual.

Misalnya, jika produk makananmu itu berupa makanan ringan seperti keripik, tentunya kamu membutuhkan kemasan yang tahan udara. Mungkin bisa juga diberi fitur *ziplock* agar makanan tersebut lebih mudah disimpan ketika sudah dibuka. Warna kemasan produk makanan juga bisa dipilih sesuai dengan identitas yang ingin kamu tonjolin, ya. Membuat Konten yang Relevan dengan Identitas *Brand* Makananmu Selain membuat nama, logo, dan kemasan yang menarik, penting juga bagi bisnismu memiliki akun sosial media dan *website*, lho! Dengan begitu, kamu bisa menyampaikan produkmu ke target pasar yang lebih besar dan luas. Jadi, kamu bisa membuat konten-konten menarik tentang produkmu di dua platform tersebut.

Tapi, ada yang perlu inget ya, jangan terlalu sering membuat konten yang “*hard selling*”, ya. Jika kamu terus menerus mengunggah konten “*hard selling*”, karena bisa membuat calon pembeli kurang antusias, lho! Sebaiknya, kamu bisa menyelingi konten di sosial media dan *website* dengan informasi-informasi menarik tentang produkmu atau membuat *games* agar target audiensmu tetap menyukai konten yang kamu buat. Tentu saja, isi kontennya harus sesuai dengan produk yang kamu jual,

D. Kesimpulan

Kegiatan pendampingan pengolahan getuk singkong yang mana dilakukan dengan peserta dari jamaah muslimat NU yang kisaran 100 peserta yang di ikuti dari semua ranting dalam kegiatan tersebut dilakukan di bulan desember tahun 2023 yang dijadwalkan di hari sabtu dan minggu peserta bergantian dalam setiap minggunya bahkan setiap harinya. Dalam kegiatan tersebut yang di tutori oleh 6 orang yang mana dibagi tugasnya yaitu pengolahan singkong menjadi getuk, cara branding makanan tradisional dan juga cara menjual melalui media sosial maupun media yang lainya.dalam kegiatan tersebut guna meningkatkan pendapatan ibu-ibu rumahan dalam membantu suami mencari nafkah untuk keluarga sebetulnya tujuan utamanya dengan adanya pendampingan ini yaitu supaya ibu-ibu jamaah mandiri dalam mengikuti program muslimat NU kususny jika ada pembayaran organisasi supaya tidak memberatkan suaminya lain itu tujuan pada umumnya bisa memberikan pengetahuan jamaah supaya bisa menghidupka UMKM dengan tema makanan tradisional selain itu juga bisa menambah pendapatan perekonomian keluarga.

E. Daftar Pustaka

Abdurrahman, Dudung. 2007. Metodologi Penelitian Sejarah. Yogyakarta:ArRuzz. Alwi, Hasan. 2008.

- Kamus besar Bahasa Indonesia Edisi keempat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Amin, Mansyur . 1996. NU dan Ijtihad Politik Kenegaraannya. Yogyakarta: al-amin. Durkheim, Emile. 1989
- Sosiologi dan Filsafat, terj. Soedjono Dirdjosiswono. Jakarta: Erlangga. Darban, A. Adaby. 2010.
- Aisyyah dan Sejarah Pergerakan Perempuan Indonesia: Sebuah Tinjauan Awal. Yogyakarta: Eja Publisher. Gardiner, Mayling Oey . 1996.
- Perempuan Indonesia Dulu dan Kini. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- Arsip dan Perpustakaan Jawa Timur, Rancangan Program Kerja Muslimat NU Kabupaten Blitar TK II blitar Tahun 1993-1997
- Arsip dan Perpustakaan Jawa Timur, Susunan Pimpinan Cabang Muslimat NU Blitar Masa Khidmah 1993-1997.
- Pucuk Pimpinan Muslimat Nahdlatul Ulama, Susunan Pengurus Pimpinan Cabang Muslimat NU Kabupaten blitar Periode 2005-2010.
- Pimpinan Pusat Muslimat Nahdlatul Ulama, Susunan Pengurus Pimpinan Cabang Muslimat NU Kabupaten blitar Periode 2010-2015.
- Adi, Isbandi Rukminto. (2017). Pemikiran-pemikiran dalam Kesejahteraan Sosial. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI. Anoraga, Pandji (2015).
- Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro. Yogyakarta: PT Dwi Candra Wacana. Anoraga, Pandji. (2015). Manajemen Bisnis, Edisi Kedua, Jakarta: Rineka Cipta. Anwar. (2017).
- Manajemen Pemberdayaan Perempuan (Perubahan Sosial melalui Pembelajaran Vocational Skill pada Keluarga Nelayan). Bandung: Alfabeta. Arsyad, L. (2018).
- Ekonomi Pembangunan Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM. Asriyah. (2017). Hitung Jumlah Bakteri Metode Pour Plate. Jurnal Kesehatan Masyarakat. 2 (2): 148