

PENINGKATAN POTENSI UMKM MELALUI INOVASI PRODUK, PELATIHAN BRANDING, DAN PELATIHAN PEMASARAN DI DESA MOJOPURO, KECAMATAN JATIROTO

Setyawan¹, Anka Agustivia Risaputri¹

¹Universitas Sebelas Maret
Corresponding author: setyawan@stafft.uns.ac.id

ABSTRAK

Desa Mojopuro sangat potensial menjadi desa industri di Kecamatan Jatiroto, Kabupaten Wonogiri karena terdapat beberapa produk unggulan seperti tempe mlandhing, stick tahu, dan keripik pisang. Produk tersebut menjadi mata pencaharian sebagian besar masyarakat, namun belum dimaksimalkan secara penuh karena beberapa produk kurang variatif dan jangkauan terbatas. Berdasarkan permasalahan, program kerja yang akan dilaksanakan adalah inovasi produk, pelatihan branding, dan pelatihan pemasaran untuk meningkatkan potensi UMKM di Desa Mojopuro. Metode yang digunakan yaitu sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat pelaku usaha mengenai inovasi produk; pelatihan branding produk meliputi sosialisasi penentuan judul brand yang menarik dan proses mengurus sertifikasi halal; pemasaran produk meliputi pelatihan pembuatan desain stiker brand beserta logo halal pada kemasan, pelatihan digitalisasi produk, dan pemasaran melalui media sosial serta e-commerce. Hasil yang diperoleh adalah masyarakat terinspirasi mengembangkan usaha berdasarkan hasil temuan dan inovasi dari mahasiswa KKN yaitu produk keripik tempe mlandhing dan keripik pisang varian rasa. Melalui pelatihan branding dan pemasaran, masyarakat mengetahui cara meningkatkan potensi dan memperluas jangkauan pemasaran dari produk yang dihasilkan. Teknik branding dan pemasaran dapat diimplementasikan untuk produk baru hasil temuan mahasiswa, serta produk lain yang dihasilkan masyarakat, misalnya stick tahu. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa program kerja inovasi produk, pelatihan branding, dan pelatihan pemasaran sangat urgensi dan berdampak besar dalam pengembangan Desa Mojopuro sebagai desa industri.

Kata kunci : branding, Desa Mojopuro, inovasi produk, keripik pisang, keripik tempe mlandhing.

ABSTRACT

Mojopuro village has the most potential industry resource to be developed in Jatiroto District, Wonogiri Regency. It's because there are several beneficial products such as mlandhing tempeh, tofu stick, and tasty banana chips. These products became their major income but it still hasn't optimized yet because the products are less innovative and most of these have no large scope of the market. Based on this problem, the projects that will be carried out are product innovation, branding workshop, and marketing training. This is aimed to enhance SME's potential in Mojopuro Village. The goals are broken down into some particular events which are product innovation socialization & workshop for SME's

owners; product branding workshop agendas where we give insight on how to make proper brand identity and how to get halal MUI certification; product marketing that consists of brand & halal sticker design workshop, business digitalization workshop, and digital marketing (e-commerce & social media). The final result is that the citizen is highly motivated developing their business after they get and implement insights and innovation from the projects. Especially for mlandhing tempeh and tasty banana chips. Through this branding and marketing workshop, they learned how to increase the product's potential and market expansion. Branding and marketing techniques can also be implemented for their old products such as tofu stick. The result concludes that these programs are prominent and impactful for industry development in Mojopuro Village.

Keyword: *branding, marketing, mlandhing tempeh chips, Mojopuro Village, product innovation, tasty banana chips.*

Pendahuluan

Desa Mojopuro terletak di Kecamatan Jatiroto, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah dengan luas wilayah sebesar 425,37 Ha dan jumlah penduduk 4.128 jiwa. Desa Mojopuro terdiri dari 4 dusun dengan sumber daya yang beragam dibidang industri dan perekonomian, hal ini membuat Desa Mojopuro dikenal sebagai sentra industri. Dusun yang ada di Desa Mojopuro antara lain Dusun Pondok, Dusun Mangrih, Dusun Gayam, dan Dusun Nglorog. Dusun Pondok memiliki potensi dalam pembibitan budidaya ikan lele, Dusun Mangrih memiliki potensi di bidang karya olahan gerabah tanah liat dan tempe *mlandhing*. Dusun Gayam memiliki potensi di bidang mebelair, las, tape genit, tempe *mlandhing*, dan keripik pisang. Sedangkan, Dusun Nglorong memiliki potensi unggulan di bidang industri olahan tahu dan kampung KB. Potensi besar pada bidang industri dan UMKM di Desa

Mojopuro belum sepenuhnya dioptimalkan, sehingga perlu adanya pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat. Untuk mengoptimalkan industri dan UMKM masyarakat, pengembangan sumber daya manusia lebih diarahkan untuk menghasilkan produk yang memiliki ciri khas dan jangkauan pemasaran produk luas.

Tim KKN UNS 84 melaksanakan beberapa program kerja di Desa Mojopuro, Kecamatan Jatiroto dalam rangka kegiatan KKN UNS Periode Januari-Februari 2021. Program kerja yang dilaksanakan antara lain : yaitu inovasi produk, pelatihan *branding*, dan pelatihan pemasaran. Sasaran dari program kerja adalah pelaku usaha dan Ibu-ibu PKK di Desa Mojopuro. Inovasi Produk merupakan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menciptakan produk baru dan bertujuan untuk menyesuaikan selera konsumen

sehingga dapat meningkatkan penjualan produk (Dewi, 2010:11). Program kerja Inovasi produk produk dilaksanakan untuk memberikan ciri khas, sehingga tingkat penjualan produk akan meningkat.

Tujuan pelaksanaan program kerja adalah memberikan pengetahuan baru dari hasil inovasi dan temuan mahasiswa KKN untuk meningkatkan nilai ekonomi dari produk yang dihasilkan masyarakat Desa Mojopuro yaitu keripik tempe *mlandhing* dan keripik pisang varian rasa; meningkatkan potensi dan memperluas jangkauan pemasaran dari produk yang dihasilkan melalui pelatihan *branding* dan pemasaran produk. Manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan program kerja antara lain : dapat mengembangkan UMKM dengan inovasi produk, branding dan pemasaran sehingga produk mempunyai identitas. Dengan keberhasilan program yang dijalankan diharapkan dapat meningkatkan nilai jual dari produk yang dihasilkan oleh pemilik usaha di Desa Mojopuro sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan desa.

Teori yang digunakan dalam penyusunan artikel adalah sebagai berikut. Menurut Nastain (2017), *Brand* menjadi suatu janji yang diberikan oleh organisasi tertentu kepada pelanggan untuk memberikan apa yang telah menjadi prinsip dari *brand* tersebut yang digambarkan melalui nama dan logo.

Brand yang dimiliki oleh suatu usaha dapat memengaruhi penilaian dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh *brand* tersebut. Suatu usaha memerlukan *branding* yang baik sehingga mampu bersaing dan diminati oleh konsumen. Mengetahui bahwa *branding* dalam suatu usaha merupakan suatu elemen yang penting maka dilakukan Pelatihan *branding* untuk menciptakan identitas yang jelas bagi UMKM masyarakat Desa Mojopuro. Pemasaran merupakan suatu sistem yang secara keseluruhan dilakukan untuk merencanakan sebuah usaha mulai dari tahap perencanaan, penentuan harga, promosi produk hingga pendistribusian produk kepada konsumen (Pratiwi dan Suriani, 2017). Pelatihan pemasaran dilakukan untuk memperluas pasar dari produk yang dihasilkan oleh masyarakat sehingga dikenal secara lebih luas.

Metode

Program KKN dilaksanakan dengan beberapa metode diantaranya dilakukan dengan sosialisasi, pelatihan, demonstrasi, dan praktik bersama masyarakat Dusun Gayam dan Dusun Nglorog, Desa Mojopuro, Kecamatan Jatiroto dengan beberapa kegiatan sebagai berikut.

1. Pelatihan pembuatan keripik tempe *mlandhing*.

2. Pelatihan pembuatan keripik pisang varian rasa.
3. Praktik membuat logo *brand*.
4. Sosialisasi Prosedur Pembuatan Sertifikat Produk Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT).
5. Sosialisasi dan pelatihan digitalisasi produk.
6. Sosialisasi dan pelatihan pemasaran melalui sosial media dan *e-commerce*.

Hasil dan Pembahasan

Program kerja inovasi produk, pelatihan *branding*, dan pelatihan pemasaran terhadap pelaku usaha dan Ibu-ibu PKK di Desa dilakukan dengan pemberian materi yang menggunakan beberapa metode. Materi yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Inovasi Produk

a. Pelatihan Pembuatan Keripik Tempe *Mlandhing*

Demonstrasi pembuatan keripik tempe *mlandhing* dilakukan pada 14 Januari 2021. Keripik tempe *mlandhing* varian rasa merupakan inovasi dari bahan baku tempe *mlandhing*. Jenis tempe yang terbuat dari *mlandhing* atau lam ini acap kali dikonsumsi sebagai menu sayuran seperti bothok, tumis tempe, atau olahan yang paling sederhana cukup dengan menggorengnya saja. Namun daya tahan dari tempe *mlandhing* ini tidak

dapat bertahan lama jika tidak segera dikonsumsi. Oleh karena itu, tempe *mlandhing* juga dapat disajikan dengan inovasi baru yaitu keripik tempe *mlandhing*.

Keripik tempe *mlandhing* berpotensi menjadi inovasi kompetitor dari keripik tempe yang ada dipasaran. Bahan-bahan yang digunakan untuk membuat keripik tempe *mlandhing* pun cukup mudah didapat, antara lain tempe *mlandhing*, tepung beras, tepung tapioca, garam secukupnya, royco secukupnya, air secukupnya, daun jeruk yang sudah diiris halus, bawang putih, bawang merah, kencur, ketumbar, dan kemiri. Selain itu dapat ditambahkan pula perasa cabai bubuk, perasa barbeque bubuk, perasa balado bubuk, perasa rumput laut bubuk. Proses pembuatan keripik tempe *mlandhing* cukup sederhana. Pertama, bumbu yang dihaluskan antara lain garam, 3 siung bawang putih, 1 siung bawang merah, 2 ruas kencur, 1 sendok teh ketumbar, 2 biji kemiri, dan garam secukupnya. Kemudian buatlah adonan dengan menggunakan 200 gram tepung beras dan 100 gram tepung tapioka yang sudah dicampur dengan 350 ml air, aduk hingga merata dan campurkan bumbu yang sudah dihaluskan ke dalam adonan. Tambahkan 5 lembar daun jeruk yang sudah diiris halus dan royco

secukupnya. Masukkan tempe *mlandhing* yang sudah diiris tipis ke dalam adonan yang telah siap, lalu goreng dalam minyak mendidih sampai berwarna kekuningan. Tiriskan keripik tempe yang sudah matang dan diamkan hingga dingin. Tambahkan perasa sesuai selera. Keripik tempe *mlandhing* siap dikemas dan dikonsumsi.

b. Pelatihan Pembuatan Kripik pisang varian rasa

Demonstrasi pembuatan keripik pisang varian rasa dilaksanakan pada 21 Januari 2021. Keripik pisang varian rasa merupakan sebuah bentuk inovasi baru pada produk olahan keripik pisang yang sudah ada. Adapun bahan-bahan yang digunakan untuk membuat keripik pisang varian rasa antara lain pisang kepok mentah atau mengkal, bubuk tabur rasa coklat, bubuk tabur rasa keju, bubuk tabur rasa *greentea*, garam halus, soda kue, dan mentega.

Proses pembuatan keripik pisang varian rasa cukup mudah dan sederhana. Pertama, kupas kulit pisang kepok. Kemudian rendam dalam air yang telah diberi garam selama 15 menit. Setelah itu iris pisang dengan ketebalan yang sama menggunakan pasah (alat pemotong pisang). Kemudian rendam pisang yang sudah diiris tipis ke dalam air yang sudah diberi soda kue selama 10 menit.

Panaskan minyak goreng dalam jumlah banyak, lalu goreng pisang dengan menggunakan api sedang dan tambahkan mentega. Goreng pisang sampai berwarna kuning keemasan, kemudian angkat dari dalam minyak dan tiriskan. Setelah itu masukkan pisang kedalam wadah, tambahkan bubuk tabur rasa coklat, keju, atau *greentea*. Lalu tutup wadah dan kocok sampai bubuk merata pada permukaan keripik pisang. Setelah itu keripik pisang siap disajikan dan dikemas.

2. Branding produk

a. Strategi Membangun Usaha Berbasis Produk Makanan Tradisional

Sosialisasi strategi membangun usaha berbasis produk makanan tradisional dilaksanakan pada 16 Januari 2021. Terdapat beberapa materi yang disampaikan terkait langkah pengembangan usaha. Pertama, Cara membangun brand produk makanan yang akan dijual dengan cara menentukan target pembeli, fokus dan karakteristik brand yang cocok, menentukan nama *brand* serta slogan tampilan *brand* dan menentukan desain logo *brand* yang dapat menarik minat pembeli. Kedua, gencar promosi yang merupakan salah satu cara agar usaha di Desa Mojopuro dikenal orang banyak. Media sosial dapat digunakan untuk memperkenalkan menu tradisional

andalan. Publikasi yang menarik dapat meningkatkan keyakinan konsumen. Ketiga, pertahankan ciri khas dari produk makanan tersebut. Ciri khas dapat berupa segi tampilan, tempat maupun varian. Semakin inovatif dan kreatif, produk makanan yang diproduksi dapat menarik konsumen, misalnya inovasi keripik tempe mlanding varian rasa dari produk tempe mlanding yang biasanya hanya diolah menjadi sayuran. Perihal penting selanjutnya adalah memberikan ruang bagi pelanggan untuk memberikan kritik dan saran supaya kualitas produk dapat ditingkatkan.

Bekerja sama dengan pengusaha produk makanan lain merupakan suatu cara untuk mengenalkan makanan tradisional khas Desa Mojopuro di berbagai kalangan. Dengan bekerja sama, keberadaan kuliner tradisional dalam berbagai media semakin meningkat sehingga pengguna media tersebut akan tersuguhkan berbagai produk yang ditawarkan. Perihal lain yang sangat penting adalah menjaga dan meningkatkan kualitas produk, produk harus bersih dan baik setiap waktu, supaya pembeli tidak kecewa dengan produk (Pasha, 2020).

b. Sosialisasi Mengurus PIRT dan Sertifikasi Halal

Sosialisasi dilaksanakan pada 23 Januari 2021. Pelaku usaha di Desa Mojopuro diberikan informasi mengenai proses mengurus Sertifikat Produk Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). SPP-IRT adalah jaminan tertulis yang diberikan oleh bupati/wali kota terhadap pangan produksi IRTP (Industri Rumah Tangga Pangan) di wilayah kerja yang telah memenuhi persyaratan peredaran produk. Legalitas ditandai dengan diterbitkan nomor registrasi (nomor PIRT). Masyarakat pelaku atau produsen UMKM yang hendak mendapatkan legalitas produk pangan dapat mendaftarkan di Dinas Kesehatan wilayah operasional setempat. Pelaku UMKM yang telah memiliki SPP-IRT secara resmi dapat memproduksi dan mendistribusikan produk secara luas. Persyaratan yang harus dilengkapi antara lain : (1) jenis pangan termasuk jenis yang boleh didaftarkan (bukan jenis pangan yang diproses dengan sterilisasi komersial atau pasteurisasi, *frozen food*, pangan olahan hasil hewani yang disimpan beku, pangan diet khusus dan pangan keperluan medis khusus), (2) produksi berada di tempat tinggal, (3) masih menggunakan peralatan sederhana atau alat produksi semi-otomatis, (4)

pemilik/penanggung jawab produksi sudah memiliki pengetahuan tentang cara pengolahan pangan yang baik (pernah dan lulus bimbingan teknis keamanan pangan dari Dinas Kesehatan), (5) hasil pemeriksaan sarana dan pra-sarana harus memenuhi syarat secara teknis di lapangan, (6) label kemasan sesuai dengan PP No.69 tahun 1999: setiap produk pangan yang dikemas dan diedarkan wajib mencantumkan label yang sebagaimana sudah diatur.

Produk pangan yang akan didaftarkan harus melalui uji laboratorium dengan membayar biaya retribusi sesuai aturan kebijakan. Biaya uji laboratorium ini dibayarkan sesuai dengan jumlah jenis produk yang akan diujikan. Sedangkan untuk penerbitan SPP-IRT akan melalui tiga tahapan antara lain mengikuti pelaksanaan pelatihan penyuluhan keamanan pangan bagi pelaku UMKM yang dilaksanakan setiap satu bulan sekali. Adapun pada tahapan ini pendaftar wajib mengajukan berkas permohonan antara lain : fotokopi KTP, pas foto 4x6 (berwarna), data produk pangan per-jenis, berkas khusus (surat keterangan domisili usaha dari kelurahan). Tahapan yang kedua yaitu pendaftaran produk yang sudah diuji laboratorium untuk ditindaklanjuti kunjungan oleh Dinas Kesehatan di

tempat produksi. Pada tahapan ini pemohon wajib melampirkan berkas permohonan, yaitu : mengisi formulir dari Dinas Kesehatan, fotokopi KTP, fotokopi sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan pemilik usaha, data produk pangan per-jenis pangan, rancangan label, peta lokasi rumah produksi, fotokopi hasil pemeriksaan laboratorium sampel. Setelah melalui dua tahapan tersebut dan dinyatakan memenuhi angka kecukupan kelayakan, selanjutnya nomor PIRT akan diterbitkan maksimal tujuh hari kerja.

3. Pemasaran Produk

a. Pelatihan Pembuatan Desain Stiker *Brand* pada Kemasan

Logo merupakan salah satu hal penting yang digunakan untuk membangun *brand* saat memulai suatu usaha. Dengan adanya logo usaha, produk yang dipasarkan akan lebih mudah dikenal, dapat membedakan produk dengan pesaing, dan dijadikan sebagai pengakuan dari merek usaha yang didirikan. Salah satu media yang dapat digunakan untuk menaruh suatu logo usaha adalah stiker. Stiker bisa menjadi salah satu alternatif *branding* yang mudah dan murah bagi para pelaku usaha. Stiker akan ditempelkan pada kemasan, stiker sebagai sarana *branding* memuat logo usaha dan juga

beberapa informasi terkait produk yang dipasarkan.

Aplikasi yang digunakan dalam pembuatan desain stiker *brand* adalah aplikasi *canva*. Aplikasi *Canva* dapat digunakan dan diunduh untuk pengguna *android* melalui *Playstore*, pengguna *apple* melalui *App Store* dan PC secara *online*. Fitur yang mudah dipahami membuat peserta awam terbantu dan berkreasi lebih mudah. Hal dilakukan oleh peserta antara lain pengunduhan aplikasi, pembuatan akun *canva*, dan memilih jenis desain. Dalam kegiatan ini, desain yang dipilih memiliki perbandingan ukuran 1 : 1. Selain mencantumkan logo pada stiker, perlu diberikan informasi mengenai nama dan jenis usaha, dan untuk produk makanan dengan varian rasa ditambahkan informasi pilihan varian rasa yang ada pada stiker.

Kegiatan Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 18 Januari 2021 yang dimulai dengan kegiatan sosialisasi materi terkait logo dan *branding* sebagai identitas suatu usaha yang didirikan. Setelah dilakukan pemaparan materi, kegiatan dilanjutkan dengan pembuatan desain stiker untuk usaha makanan secara bersama. Melalui kegiatan ini, pemilik usaha dapat membentuk suatu identitas yang digambarkan melalui logo dan

pemberian informasi produk melalui stiker.

b. Digitalisasi Produk

Sosialisasi dan pelatihan digitalisasi produk dilaksanakan pada hari Sabtu, 30 Januari 2021 di Balai Desa Mojopuro. Dalam pelaksanaannya kegiatan dihadiri oleh 10 perwakilan pemilik UMKM, 10 perwakilan Ibu PKK. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan digitalisasi produk bertujuan untuk memberikan pengetahuan terkait cara memotret produk dengan baik dan benar sehingga produk yang akan dipasarkan akan lebih menarik. Hasil potret digunakan untuk diunggah di *social media* dan *e-commerce*. Perangkat yang digunakan untuk digitalisasi produk adalah ponsel yang dimiliki oleh peserta.

Pelaksanaan kegiatan program kerja ini dilakukan dengan penjelasan fitur yang terdapat pada *camera* ponsel peserta, dilakukan pengaturan penggunaan *grid* pada *camera* dan membuat ukuran foto menjadi 1:1 sehingga foto yang dihasilkan bisa langsung diunggah pada *social media* dan *e-commerce* tanpa harus memotong ukuran foto. Dengan penggunaan *grid* pada *camera* juga akan membuat foto yang dihasilkan menjadi simetris. Setelah dijelaskan fitur yang terdapat pada *camera* ponsel, kegiatan

dilanjutkan dengan pemberian contoh bagaimana cara memotret produk yang kemudian diikuti oleh peserta dengan mengikuti contoh yang telah diberikan sebelumnya.

c. Pemasaran melalui Media Sosial

Sosialisasi dan pelatihan pemasaran melalui sosial media dilaksanakan pada hari Rabu, 03 Februari 2021 di Balai Desa Mojopuro. Kegiatan dihadiri oleh 10 perwakilan pemilik UMKM dan 10 perwakilan Ibu PKK. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran melalui sosial media bertujuan untuk memberikan pengetahuan terkait manfaat pengelolaan bisnis dan pemasaran melalui sosial media dan juga membuat akun sosial media bisnis untuk memperluas skala pemasaran dari produk UMKM di Desa Mojopuro.

Pelaksanaan program kerja dimulai dengan pemberian materi terkait manfaat sosial media untuk bisnis dan pemasaran. Sosial media dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis dan pengelolaan bisnis. Setelah pemaparan materi dilanjutkan dengan kegiatan pembuatan akun bisnis di sosial media Instagram sesuai dengan UMKM yang dimiliki oleh peserta. Selanjutnya adalah eksplorasi fitur Instagram untuk mengembangkan bisnis.

d. Pemasaran melalui *E-commerce*

Sosialisasi dan pelatihan pemasaran melalui *e-commerce* dilaksanakan pada 6 Februari 2021 di Balai Desa Mojopuro. Pelatihan pemasaran melalui *e-commerce* dihadiri oleh 10 perwakilan pemilik UMKM dan 10 perwakilan Ibu PKK. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran melalui *e-commerce* bertujuan untuk memberikan pengetahuan terkait manfaat pengelolaan bisnis dan pemasaran melalui *e-commerce* untuk memperluas skala pemasaran dari produk UMKM di Desa Mojopuro. *e-commerce* yang digunakan adalah Tokopedia. Kegiatan program kerja dilaksanakan dengan pembuatan akun tokopedia sesuai dengan UMKM yang dimiliki oleh peserta dan juga eksplorasi fitur yang ada di Tokopedia. Setelah melakukan eksplorasi fitur Tokopedia, kegiatan yang dilakukan adalah percobaan mengunggah produk untuk dijual.

Penutup

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) 2021 kelompok 84 di Desa Mojopuro, Kecamatan Jatiroto, Kabupaten Wonogiri dengan beberapa program kerja utama yang dilaksanakan, dapat disimpulkan sebagai berikut. (1) Program kerja Inovasi produk kompatibel dengan

iklim ekonomi masyarakat Desa Mojopuro karena inovasi dan temuan mahasiswa KKN yaitu keripik tempe *mlandhing* dan keripik pisang varian rasa dapat memberikan inspirasi bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomi dari produk yang dihasilkan masyarakat Desa Mojopuro; (2) Program kerja pelatihan *branding* dan pemasaran produk selaras dengan harapan peningkatan konsumen dari produk yang dihasilkan oleh masyarakat karena melalui pelatihan tersebut, masyarakat mengetahui cara meningkatkan potensi dan memperluas jangkauan pemasaran dari produk yang dihasilkan melalui pembuatan logo *brand* dan pemasaran di media sosial serta *e-commerce*. Stiker Logo *brand* membuat produk masyarakat mempunyai ciri khas dan dapat dikenali oleh khalayak umum. Selain itu, sosialisasi mengenai Sertifikat Produk Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) dapat memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat untuk memperluas jangkauan pemasaran produk makanan.

Ucapan Terima Kasih

Pelaksanaan KKN kelompok 84 tahun 2021 tidak akan berjalan tanpa dukungan dari dana yang diberikan oleh PNBP melalui Unit Pengelola Kuliah Kerja Nyata (UPKKN). Terimakasih kepada seluruh masyarakat Desa

Mojopuro, khususnya kepada Bapak Kasmu sekeluarga selaku Kepala Desa Mojopuro, serta seluruh jajaran pemerintahan Desa Mojopuro yang telah memberikan kesempatan, partisipasi, serta pengalaman yang sangat berharga untuk seluruh anggota tim KKN kelompok 84. Terima kasih kepada tim KKN kelompok 84 yang telah melaksanakan kegiatan program kerja inovasi produk, pelatihan *branding*, dan pelatihan pemasaran.

Referensi

- Dewi, Dian Novita. 2010. Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Inovasi Produk Perusahaan Roti di Kota Semarang. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Dinas Kesehatan Sleman. Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). <https://dinkes.slemankab.go.id/pirt-terbit>. (Diakses pada 4 Maret 2021 pukul 17.45 WIB).
- Dreambox Group. 2020. Peran dan Pentingnya logo dalam membangun brand. <https://bit.ly/3bCYnEG>. (Diakses pada 5 Maret 2021 pukul 19.00 WIB).
- Idcloudhost. 2019. Mengenal Canva dan Cara Menggunakannya untuk Design secara gratis. <https://idcloudhost.com/mengenal-canva-dan-cara-menggunakannya/>. (Diakses pada 05 Maret 2021 WIB).
- Indonesia.go.id. 2019. Cara Urus Perizinan Produk Industri Rumah Tangga (PIRT). <https://indonesia.go.id/layanan/kep-endudukan/sosial/cara-urus->

perizinan-produk-industri-rumah-tangga-pirt. (Diakses pada 4 Maret 2021 pukul 18.20 WIB).

- Nastain, Muhammad. 2017. Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk). Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.
- Pasha, A. R. (2020, Maret 11). Bukan Cuma Bersaing, ini 5 Tips Bikin Usaha Kuliner Daerah Jadi Sukses. Diakses pada 09 Maret 2021 melalui [cermati.com: https://www.cermati.com/artikel/bukan-cuma-bersaing-ini-5-tips-bikin-usaha-kuliner-daerah-jadi-sukses](https://www.cermati.com/artikel/bukan-cuma-bersaing-ini-5-tips-bikin-usaha-kuliner-daerah-jadi-sukses).
- Penny K. Lukito. 2018. Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga. Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia.
- Pratiwi, Sintia Dewi dan Suriani, Lilis. 2017. Strategi Pemasaran Produk Rangka Atap Baja Ringan pada PT. Hari Rezeki Kita Semua Pekanbaru. Riau: Universitas Islam Riau.