

## **Peran Merek Dagang dan Sertifikasi Halal Dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas : Studi Kasus Tempe UD Kauman Jaya**

Oleh :

**Fitri Nuraini<sup>1)\*</sup>, Andre Ridho Saputro<sup>2)</sup>, Hadi Kusnanto<sup>3)</sup>, Andhika Cahyono Putra<sup>4)</sup>,  
Dina Novita<sup>5)</sup>, Meirna Dewita Sari<sup>6)</sup>**

<sup>1,5)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, <sup>2,3,4)</sup>Fakultas Teknik, <sup>6)</sup>Fakultas Kedokteran Gigi,  
Universitas Muhammadiyah Surabaya  
E-mail : [fitrinuraini@um-surabaya.ac.id](mailto:fitrinuraini@um-surabaya.ac.id) \*

### **Abstrak**

UMKM pangan memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, namun sering menghadapi kendala dalam aspek legalitas merek dagang dan pemenuhan standar halal. Permasalahan tersebut dialami oleh UD Kauman Jaya, sebuah usaha kecil menengah yang memproduksi keripik tempe di Tenggilis Mejoyo, Surabaya. Ketiadaan merek dagang terdaftar dan belum adanya penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) menyebabkan usaha ini kurang memiliki daya saing, baik di pasar lokal maupun nasional. Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan kemandirian UMKM melalui pelatihan merek dagang dan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan teknis, pendampingan implementasi, serta evaluasi hasil. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman pemilik dan karyawan terkait pentingnya branding dan kehalalan produk. UD Kauman Jaya berhasil menyusun draft merek dagang, memperbaiki desain kemasan, serta menyiapkan dokumen awal Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) sesuai standar BPJPH. Analisis lebih lanjut mengungkapkan bahwa pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kualitas manajerial, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen dan membuka peluang ekspansi pasar. Dengan demikian, program ini terbukti efektif dalam mendorong kemandirian UMKM dan dapat direplikasi pada usaha sejenis untuk meningkatkan daya saing berbasis merek dan jaminan halal.

**Kata Kunci:** UMKM, merek dagang, Sistem Jaminan Produk Halal, keripik tempe

### **1. Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi Indonesia (Saputro, Mokh, & Rita, 2018). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, lebih dari 64 juta unit UMKM tersebar di seluruh wilayah Indonesia dan menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)

(Ambarwati, Saputro, & Fathurochman, 2019). Selain itu, UMKM juga berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja lebih dari 90% dari total tenaga kerja nasional. Fakta ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM bukan sekadar pelengkap, tetapi justru menjadi tulang punggung perekonomian nasional, terutama di tengah dinamika globalisasi dan perubahan pasar yang cepat.

Di tingkat lokal, UMKM memiliki peran penting dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat. Kota Surabaya sebagai kota metropolitan dan pusat perdagangan Jawa Timur memiliki jumlah UMKM yang cukup besar dengan berbagai sektor usaha (Saputro, Nuraini, & Alfian, 2022). Salah satu sektor yang menonjol adalah usaha pangan olahan berbasis kearifan lokal, yang banyak diminati oleh konsumen karena rasanya khas, bahan bakunya mudah diperoleh, serta mampu merepresentasikan identitas budaya daerah. Produk olahan berbasis kedelai, khususnya tempe dan turunannya, menjadi salah satu komoditas unggulan yang tidak hanya populer di dalam negeri, tetapi juga memiliki peluang ekspor (Saputro & Maftuh, 2022).

Tempe merupakan makanan tradisional Indonesia yang telah diakui dunia sebagai superfood karena kandungan gizinya yang tinggi, terutama protein nabati, vitamin B12, serta probiotik alami yang baik bagi kesehatan pencernaan. Di Indonesia, tempe tidak hanya dikonsumsi sebagai lauk sehari-hari, tetapi juga diolah menjadi berbagai produk turunan, salah satunya adalah keripik tempe. Keripik tempe digemari karena memiliki cita rasa gurih, tekstur renyah, dan harga yang relatif terjangkau.

Surabaya, dengan populasi penduduk yang padat dan tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi, menjadi pasar potensial bagi produk olahan tempe. Salah satu UMKM yang menekuni usaha ini adalah UD Kauman Jaya yang berlokasi di Tenggilis Mejoyo. Usaha ini memproduksi keripik tempe dengan cita rasa khas yang sudah dikenal oleh konsumen setempat. Namun, seperti banyak UMKM pangan lainnya, UD Kauman Jaya menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usaha, terutama pada aspek branding, pemasaran, dan pemenuhan regulasi terkait kehalalan produk.

Meskipun memiliki potensi besar, sebagian besar UMKM di sektor pangan masih menghadapi kendala yang cukup kompleks. Berdasarkan observasi awal pada UD Kauman Jaya, beberapa permasalahan yang teridentifikasi antara lain:

- a. Lemahnya aspek manajerial dan branding

Produk yang dihasilkan masih dipasarkan dengan kemasan sederhana, belum memiliki identitas merek dagang yang kuat dan terdaftar secara resmi. Padahal, merek dagang merupakan instrumen penting untuk membangun kepercayaan konsumen, membedakan produk dari kompetitor,

dan memberikan perlindungan hukum bagi pemilik usaha.

b. Belum optimalnya penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH)

Kehalalan produk pangan menjadi isu penting di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Konsumen tidak hanya menilai dari cita rasa dan harga, tetapi juga memperhatikan status halal produk. Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, sertifikasi halal bukan lagi pilihan melainkan kewajiban bagi pelaku usaha. Namun, masih banyak UMKM yang belum memahami prosedur pengurusan sertifikasi halal, termasuk penyusunan dokumen Sistem Jaminan Produk Halal (Muhammad Anas, Agus Purwanto, Fitri Nuraini, Ali Imanuddin, Fauzie Senoaji, Hulliyyatul Wadah, Baterun Kunsah, Siti Mardiyah, Yeti Eka Puspitasari, Meirna Dewitasari, Luluk Latifah, 2023).

c. Keterbatasan akses pasar dan strategi pemasaran

Tanpa adanya merek yang jelas dan sertifikasi halal, produk UMKM sulit untuk masuk ke pasar modern, baik ritel skala besar maupun platform e-commerce. Hal ini membuat UMKM

seperti UD Kauman Jaya hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut atau jaringan distribusi terbatas di lingkungan lokal.

d. Kurangnya pengetahuan terkait regulasi dan legalitas usaha

Selain sertifikasi halal, UMKM juga perlu memahami pentingnya perizinan usaha, label gizi, serta standar keamanan pangan. Minimnya pemahaman tentang regulasi ini menjadi salah satu penghambat UMKM dalam meningkatkan daya saing produknya.

Merek dagang bukan hanya sekadar nama atau logo pada kemasan, melainkan identitas yang membedakan satu produk dengan produk lainnya. Dalam perspektif bisnis, merek memiliki peran strategis untuk meningkatkan nilai tambah produk, membangun citra positif di mata konsumen, serta menjadi aset tak berwujud yang dapat meningkatkan daya saing usaha (Nuraini, Saputro, Kusnanto, Novita, & Putra, 2025).

Bagi UMKM seperti UD Kauman Jaya, memiliki merek dagang yang kuat berarti membuka peluang lebih luas untuk mengembangkan pasar, menjalin kerja sama dengan mitra distribusi, dan bahkan masuk ke pasar nasional maupun internasional. Selain itu, perlindungan hukum atas merek juga sangat penting agar

produk tidak mudah ditiru atau dibajak oleh pihak lain. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan terkait pendaftaran merek dagang menjadi kebutuhan mendesak. Beberapa manfaat yang diharapkan dari pelatihan ini antara lain:

- (1) Meningkatkan kapasitas manajerial UMKM melalui pemahaman tentang pentingnya merek dan halal.
- (2) Mendorong legalitas usaha dengan pendaftaran merek dagang resmi dan pengurusan sertifikasi halal.
- (3) Memperluas akses pasar karena produk bermerek dan bersertifikat halal lebih mudah diterima oleh ritel modern maupun konsumen nasional.
- (4) Meningkatkan daya saing melalui penciptaan identitas merek yang kuat dan jaminan mutu produk halal.
- (5) Mewujudkan kemandirian usaha dengan kemampuan mengelola branding dan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) tanpa ketergantungan penuh pada pihak luar.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini diharapkan tidak hanya berdampak pada UD Kauman Jaya sebagai peserta utama, tetapi juga memberikan manfaat luas bagi ekosistem UMKM pangan di Surabaya. Pelatihan ini tidak berhenti hanya pada peningkatan pengetahuan jangka pendek, tetapi

diharapkan mampu membangun fondasi kemandirian UMKM

Selain merek, kehalalan produk menjadi faktor penting dalam keberlangsungan UMKM pangan. Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia menjadikan sertifikasi halal sebagai standar yang wajib dipenuhi pelaku usaha pangan. Tidak hanya sebagai kewajiban regulatif, sertifikasi halal juga menjadi nilai tambah yang meningkatkan kepercayaan konsumen (Anas, Saputro, & Wahdah, 2023). Harapannya juga, UD Kauman Jaya dapat menjadi model atau *role model* bagi UMKM lain di Surabaya dalam hal branding dan pengelolaan halal.

## **2. Metode Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di UD Kauman Jaya, sebuah UMKM yang bergerak pada produksi keripik tempe dan berlokasi di Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Surabaya. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi usaha yang cukup besar, tetapi masih menghadapi kendala dalam aspek manajerial, khususnya pengelolaan merek dagang dan implementasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Subjek pengabdian adalah pemilik usaha beserta karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi dan pemasaran.

Sebelum program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan, hubungan antara tim PkM dengan mitra UD Kauman Jaya telah terjalin melalui komunikasi awal yang bersifat eksploratif dan persuasif. Pemilik usaha menunjukkan keterbukaan terhadap upaya peningkatan kapasitas manajemen, meskipun sebelumnya belum pernah mendapatkan pendampingan formal dari pihak akademisi.

Tim PkM melakukan observasi awal dan diskusi informal dengan pemilik untuk memahami kondisi riil usaha, khususnya terkait proses produksi, pengemasan, pemasaran, serta kendala yang dihadapi. Pada tahap ini, mitra menyampaikan berbagai permasalahan, terutama terkait belum optimalnya pengelolaan merek dagang dan pemenuhan aspek regulasi seperti Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH).

Relasi yang terbangun bersifat partisipatif dan kolaboratif, di mana mitra menaruh harapan besar terhadap kontribusi tim PkM untuk membantu peningkatan daya saing usaha. Di sisi lain, tim PkM menegaskan posisi sebagai pendamping, bukan sekadar pemberi solusi, sehingga sejak awal terjalin komunikasi yang saling menghargai dan membangun kepercayaan.

Dengan demikian, sebelum program resmi dimulai, tim PkM dan mitra

telah memiliki kesepahaman mengenai tujuan bersama, yaitu memperkuat daya saing UD Kauman Jaya melalui peningkatan kapasitas manajerial dan pemenuhan standar mutu produk.

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, di mana tim pelaksana tidak hanya memberikan materi pelatihan secara teoretis, tetapi juga melakukan pendampingan teknis hingga menghasilkan luaran nyata berupa rancangan merek dagang dan dokumen awal Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Metode ini dipilih agar UMKM mampu memahami, menginternalisasi, dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam kegiatan sehari-hari (Anas, et al., 2023).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan

Mengidentifikasi masalah dan kebutuhan UMKM melalui wawancara dan observasi langsung di UD Kauman Jaya, untuk mengetahui kondisi manajerial, strategi pemasaran, serta pemahaman terhadap regulasi halal. Selanjutnya koordinasi dengan pemilik usaha terkait rencana pelatihan, materi yang dibutuhkan, serta kesiapan peserta. Dan kemudian

melakukan penyusunan modul pelatihan yang meliputi:

- (1) Konsep dasar merek dagang dan strategi branding.
- (2) Prosedur pendaftaran merek dagang.
- (3) Regulasi dan prosedur sertifikasi halal.
- (4) Penyusunan dokumen Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH).

#### b. Tahap Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman umum kepada pemilik dan karyawan UD Kauman Jaya tentang pentingnya merek dagang dan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH).

Materi sosialisasi meliputi:

- (1) Pentingnya identitas merek untuk memperluas pasar.
- (2) Peran sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.
- (3) Regulasi pemerintah terkait merek dan halal.

#### c. Tahap Pelatihan Teknis

Pelatihan diberikan dalam bentuk workshop interaktif dengan metode presentasi, diskusi, dan studi kasus. Materi pelatihan meliputi:

- (1) Pelatihan Merek Dagang yang dilakukan dengan materi terkait dengan:

(a) Konsep merek dan elemen penting dalam branding.

(b) Strategi membangun identitas merek pada produk pangan.

(c) Simulasi pendaftaran merek dagang melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

(2) Pelatihan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) yang berisi materi mengenai:

(a) Regulasi halal di Indonesia (UU No. 33 Tahun 2014 dan turunannya).

(b) Prosedur sertifikasi halal melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

(c) Penyusunan dokumen manual Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), termasuk kebijakan halal, daftar bahan, matriks produk, serta prosedur pemantauan bahan baku.

(d) Simulasi pengisian dokumen pada sistem online halal.

#### d. Tahap Pendampingan Implementasi

Setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan pendampingan intensif agar pengetahuan yang diperoleh dapat diaplikasikan. Pendampingan yang dilakukan meliputi beberapa hal, diantaranya adalah sebagai berikut.

- (1) Pengembangan merek dagang UD Kauman Jaya, termasuk perbaikan desain logo, label kemasan, dan tagline produk.
- (2) Penyusunan dokumen Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), mulai dari pencatatan bahan baku, alur proses produksi, hingga kebijakan halal.
- (3) Simulasi audit internal halal, untuk memastikan kesiapan UMKM dalam proses sertifikasi halal.

#### e. Tahap Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas pelatihan dan pendampingan.

Metode evaluasi meliputi:

- (1) Evaluasi proses, dengan menilai keaktifan peserta selama pelatihan dan ketercapaian materi.
- (2) Evaluasi hasil, dengan melihat luaran yang dihasilkan, yaitu rancangan merek dagang dan dokumen awal SJPH.
- (3) Monitoring pascapelatihan, dengan melakukan kunjungan lanjutan guna memastikan keberlanjutan penerapan branding dan SJPH di UD Kauman Jaya.

### 3. Hasil Dan Pembahasan

Sebelum kegiatan pelatihan dilaksanakan, tim pelaksana pengabdian melakukan observasi lapangan dan

wawancara dengan pemilik UD Kauman Jaya, sebuah usaha mikro di Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Surabaya, yang fokus pada produksi keripik tempe. Dari hasil identifikasi awal ditemukan bahwa usaha ini memiliki potensi besar namun masih menghadapi sejumlah permasalahan mendasar.



Gambar 1. *Observasi Lapangan Sistem Produksi UD. Kauman Jaya*

Produk keripik tempe UD Kauman Jaya sudah cukup dikenal di kalangan konsumen sekitar karena cita rasanya yang gurih, teksturnya renyah, serta harga yang relatif terjangkau. Namun, dari sisi manajerial dan strategi pengembangan usaha, terdapat beberapa kelemahan. Pertama, produk dipasarkan menggunakan kemasan sederhana tanpa merek dagang yang jelas. Kedua, pemilik usaha belum memahami pentingnya legalitas merek serta perlindungan hukum terkait kekayaan intelektual. Ketiga, meskipun produk berbahan dasar kedelai yang umumnya halal, belum ada upaya sistematis dalam menyusun dokumen Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) untuk memenuhi

regulasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014.

Selain itu, akses pasar produk masih terbatas pada jaringan lokal, terutama melalui warung sekitar dan pesanan individu. Keterbatasan kemampuan pemasaran digital dan belum adanya strategi branding yang kuat menyebabkan produk sulit menembus pasar ritel modern maupun *e-commerce*. Dengan kondisi tersebut, terlihat jelas bahwa UD Kauman Jaya membutuhkan intervensi berupa pelatihan dan pendampingan yang fokus pada penguatan merek dagang serta penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH).



Gambar 2. Pelatihan Sistem Jaminan Produk Halal

Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) mencakup serangkaian prosedur yang menjamin bahwa produk yang dihasilkan bebas dari bahan haram dan najis, serta diproduksi dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam (Sari, Saputro, & Kinasih, 2025). Implementasi SJPH membutuhkan pengetahuan dan keterampilan, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga pengemasan dan distribusi (Saputro, Putra, & Sari,

2025). Tanpa adanya pendampingan, UMKM akan kesulitan untuk memenuhi persyaratan tersebut.

Bagi UD Kauman Jaya, penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) tidak hanya bermanfaat untuk memperoleh sertifikasi halal, tetapi juga menjadi bagian dari strategi manajemen mutu yang memastikan konsistensi kualitas produk. Dengan begitu, produk keripik tempe yang dihasilkan dapat diterima lebih luas oleh konsumen, baik di pasar lokal maupun nasional.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Merek Dagang

Pelatihan mengenai merek dagang dan sistem jaminan produk halal dirancang untuk memberikan solusi praktis atas permasalahan yang dihadapi oleh UD Kauman Jaya. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pemahaman teoretis, tetapi juga pendampingan aplikatif agar UMKM mampu mengelola merek dan mengimplementasikan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) secara mandiri.

Dengan adanya contoh keberhasilan penerapan merek dagang dan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH),

UMKM lain dapat termotivasi untuk melakukan hal serupa (Latifah, Anas, & Saputro, 2023).

Hal ini akan menciptakan efek domino yang memperkuat daya saing UMKM lokal, mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, serta mendukung program pemerintah dalam pengembangan UMKM berbasis halal.

Pemerintah Indonesia melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) telah menargetkan jutaan produk UMKM tersertifikasi halal dalam beberapa tahun ke depan. Program ini sejalan dengan visi Indonesia sebagai pusat halal dunia. Di sisi lain, program UMKM Naik Kelas juga terus digalakkan agar UMKM tidak hanya bertahan, tetapi juga mampu berkembang, go digital, go modern, dan bahkan go global (Choirunnisa, Saputro, & Putra, 2025).

Pelatihan di UD Kauman Jaya merupakan implementasi nyata dari kedua program tersebut, yakni mendukung UMKM lokal untuk naik kelas melalui penguatan merek sekaligus memastikan kepatuhan terhadap regulasi halal. Dengan langkah ini, diharapkan UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan globalisasi dan meningkatkan daya saing di era pasar bebas.

Pelatihan ini tidak berhenti hanya pada peningkatan pengetahuan jangka

pendek, tetapi diharapkan mampu membangun fondasi kemandirian UMKM dalam jangka panjang. Dengan adanya merek dagang yang terdaftar dan implementasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) yang baik, UD Kauman Jaya akan memiliki posisi lebih kuat untuk bersaing di pasar. Selain itu, kemandirian ini juga akan meningkatkan ketahanan usaha terhadap perubahan pasar maupun krisis ekonomi.



Gambar 4. *Evaluasi Program Pelatihan*

Keberhasilan ini akan memberikan kontribusi positif bagi pembangunan ekonomi daerah, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan citra produk pangan lokal sebagai produk yang berkualitas, aman, halal, dan berdaya saing.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kapasitas manajerial UD Kauman Jaya, memperkuat identitas merek, serta mendorong penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Analisis menunjukkan bahwa intervensi sederhana berupa pelatihan dan pendampingan mampu menghasilkan perubahan

signifikan dalam tata kelola UMKM. Dengan keberlanjutan program, UD Kauman Jaya dapat berkembang menjadi UMKM mandiri yang berdaya saing di pasar lokal maupun nasional. Pencapaian terkait peningkatan kapasitas manajerial, penguatan merek, dan implementasi SJPH, sekaligus arah keberlanjutannya yaitu :

(1) Peningkatan Kapasitas Manajerial

Dalam peningkatan kapasitas manajerial pada UD.Kauman Jaya dilakukan dengan pengembangan produk untuk peningkatan omset penjualan, yang awal mula penjualan dari produk tempe dengan NIB (Nomor Induk Berusaha) sebagai berikut :



Gambar 5. Nomor Induk Berusaha (NIB)



Gambar 6. Lampiran Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) produk tempe.

Selanjutnya dilakukan pengembangan usaha produk keripik tempe yang disertai dengan pengembangan dalam Lampiran Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) produk keripik tempe, sebagai berikut :

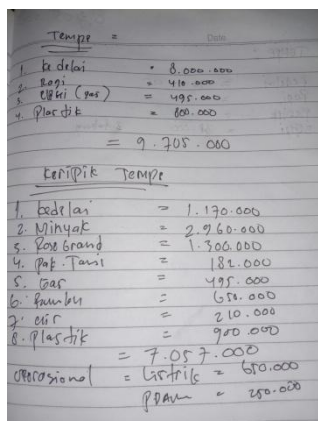


Gambar 7. Lampiran Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) Keripik Tempe

Hal tersebut dilakukan agar nantinya kedua produk tersebut dapat meningkatkan omset penjualan secara

konsisten. Selain itu juga ditujukan agar kedua produk tersebut yang sudah terdaftar dalam Nomor Induk Berusaha (NIB) dapat diajukan dalam pengajuan sertifikasi halal *self declare*.

Kemudian untuk pembukuan dalam perhitungan produk tempe dan keripik tempe dibuat oleh pemilik usaha secara sederhana sehingga belum dapat diketahui berapa hasil yang diperoleh, seperti ini pembukuan UD Kauman Jaya :



**Tempe**

1. kedelai	= 8.000.000
2. Boga	= 410.000
3. elpiji (gas)	= 495.000
4. Plastik	= 600.000
<b>Total</b>	<b>= 9.705.000</b>

**Keripik Tempe**

1. kedelai	= 1.170.000
2. Minyak	= 2.960.000
3. Rose Grand	= 1.300.000
4. Pak. Tani	= 180.000
5. Gas	= 495.000
6. bumbu	= 650.000
7. air	= 210.000
8. Plastik	= 900.000
<b>Total</b>	<b>= 7.057.000</b>
Operasional = Listrik	= 650.000
PDAM	= 250.000

Gambar 8. Perhitungan produksi produk tempe dan keripik tempe.

Berdasarkan perhitungan produksi produk tempe dan keripik tempe yang dibuat oleh UD Kauman Jaya, maka dilakukan perhitungan untuk mengetahui berapa jumlah dana yang diperoleh setiap bulannya, berikut laporan kas bulanan produk temped an keripik tempe :

UD Kauman Jaya		
Laporan Kas Bulanan		
Produk Tempe		
Periode 31 Agustus 2025		
<b>Saldo Awal Kas</b>		<b>Rp 900.000,00</b>
<b>Penerimaan Operasional</b>		
Tempe ukuran 145 gr @Rp 80.000,00	Rp 11.600.000,00	
<b>Total Penerimaan Operasional</b>		<b>Rp 11.600.000,00</b>
<b>Total Penerimaan</b>		<b>Rp 12.500.000,00</b>
<b>Pengeluaran Operasional</b>		
- Pembelian Kedelai	Rp 8.000.000,00	
- Pembelian Ragi Raprima	Rp 410.000,00	
- Pembelian Gas elpiji 27 buah @ Rp 18.200,00	Rp 491.400,00	
- Pembelian Plastik PP Roll	Rp 800.000,00	
- Pembayaran Beban Listrik	Rp 211.800,00	
- Pembayaran Beban air PDAM	Rp 81.500,00	
<b>Total Pengeluaran Operasional</b>		<b>Rp 9.994.700,00</b>
<b>Surplus (Defisit) Cash</b>		<b>Rp 2.505.300,00</b>

Gambar 9. Laporan Kas Produk Tempe.

UD Kauman Jaya		
Laporan Kas Bulanan		
Produk Keripik Tempe		
Periode 31 Agustus 2025		
<b>Saldo Awal Kas</b>		<b>Rp 1.100.000,00</b>
<b>Penerimaan Operasional</b>		
Keripik Tempe ukuran 200 gr, 400 pcs @Rp 7.500,00	Rp 3.000.000,00	
Keripik Tempe ukuran 200 gr, 350 pcs @Rp 15.000,00	Rp 5.250.000,00	
<b>Total Penerimaan Operasional</b>		<b>Rp 8.250.000,00</b>
<b>Total Penerimaan</b>		<b>Rp 9.350.000,00</b>
<b>Pengeluaran Operasional</b>		
- Pembelian Kedelai	Rp 1.170.000,00	
- Pembelian Minyak Goreng Fortune dan Sania	Rp 2.960.000,00	
- Pembelian Tepung Tapioka Rose Brand	Rp 1.300.000,00	
- Pembelian Tepung Tapioka cap Pak Tani Gunung	Rp 180.000,00	
- Pembelian Gas elpiji 27 buah @ Rp 18.200,00	Rp 491.400,00	
- Pembelian Bumbu (bawang putih, kemiri, daun jeruk, ketumbar)	Rp 650.000,00	
- Pembelian kemasan standing pouch	Rp 900.000,00	
- Beban Listrik	Rp 438.200,00	
- Beban air PDAM	Rp 168.500,00	
<b>Total Pengeluaran Operasional</b>		<b>Rp 8.260.100,00</b>
<b>Surplus (Defisit) Cash</b>		<b>Rp 1.089.900,00</b>

Gambar 10. Laporan kas produk keripik tempe.

Dari penyusunan laporan kas yang dibuat setiap bulan ditujukan agar pemilik usaha UD Kauman Jaya bisa mengetahui dan mengestimasi berapa produk tempe dan keripik tempe yang akan diproduksi tentunya dan nantinya jika kedua produk tersebut telah tersertifikasi halal Badan

Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) maka diestimasi dapat meningkatkan omset penjualan tentunya dengan menambah area pemasaran yang sebelumnya.

## (2) Penguatan Identitas Merek

Sebelum program, produk keripik tempe hanya menggunakan kemasan polos dengan label seadanya. Setelah pendampingan bahwa UD Kauman Jaya memiliki logo dan desain kemasan baru yang lebih menarik dan mencantumkan informasi penting (komposisi, izin edar, dan kode halal BPJPH). Identitas merek juga diperkuat melalui registrasi merek dagang melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), Kementerian Hukum dan HAM, yang saat ini dalam tahap proses pendaftaran.

Untuk proses pengajuan merek produk keripik tempe dan tempe sampai saat ini masih dalam proses pemberian label, berikut label yang diajukan untuk pengajuan merek :



Gambar 11. Label yang akan diajukan dalam proses pengajuan merek produk tempe dan keripik tempe.

Dalam proses pengajuan merek masih dalam proses pemilihan dan revisi.. kalau sudah fix baru bs beranjak ke pengajuan dan selanjutnya plotting ke kemasan supaya bs rebranding. Kemudian setelah sudah disepakati maka pengajuan di sistem informasi pengajuan merek dagang dgip.co.id (web DJKI).

Sebelumnya UD Kauman Jaya telah memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) sebagai bukti legalitas dalam melakukan usaha produk keripik temped an tempe tersebut, berikut NIB (Nomor Induk Berusaha) UD. Kauman Jaya :



Gambar 12. Nomor Induk Berusaha (NIB)

  
**PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA**  
**PERIZINAN USAHA BERBASIS RISIKO**  
**LAMPIRAN**  
**NOMOR INDUK BERUSAHA: 2711230353149**

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

**A. Tabel Kegiatan Usaha yang Memiliki Perizinan Berusaha yang Bertaku Efektif sebelum implementasi Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja**

No	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Perizinan Berusaha
1	10391	Industri Tempe Kedelai	Tenggala Kauman GG Buntu No 10, Desa/Kelurahan Tenggala Mejoyo, Kec. Tenggala Mejoyo, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur	Izin Usaha

**B. Tabel Kegiatan Usaha Perizinan Berusaha Berbasis Risiko**

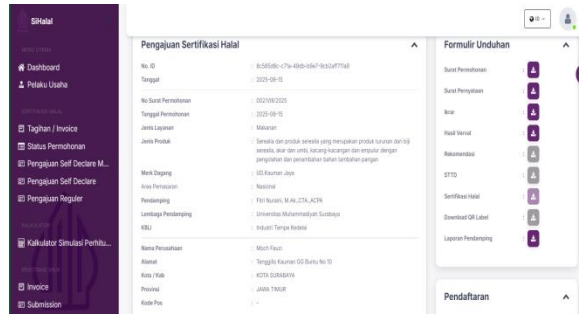
No	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	10793	Masakan Dari Kedelele Dan Kacang-kacangan Lainnya Bukan Kecap, Tempe Dan Tahu	Jalan Tenggala Kauman Nomor 10, Desa/Kelurahan Tenggala Mejoyo, Kec. Tenggala Mejoyo, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur Kode Pos: 60292	Rendah	NIB	Terbit	-

- Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
- Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
- Pengisian pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
- Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

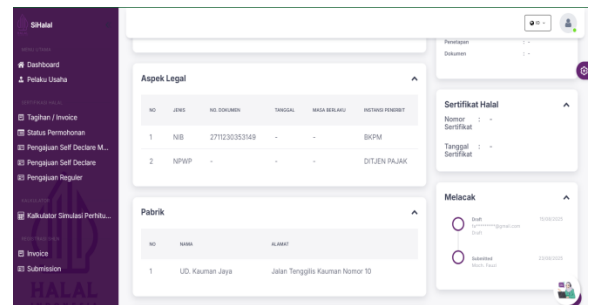
Gambar 13. Lampiran Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) Keripik Tempe dan Tempe.

### (3) Implementasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH)

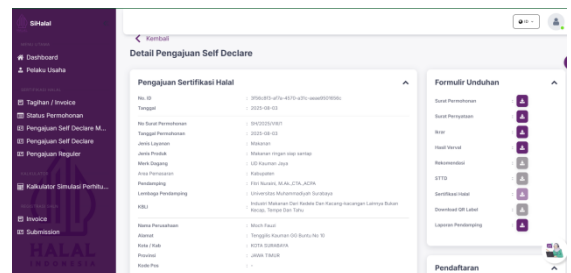
Dalam aspek regulasi, pendampingan difokuskan pada penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Dengan hasil yang dicapai adalah Pemilik mengikuti pendampingan pengisian akun halal pada website <https://ptsp.halal.go.id/> dalam pengajuan sertifikasi halal *self declare* produk keripik tempe dan tentunya pendampingan pengisian laporan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Dan pada saat ini pengajuan sertifikasi halal *self declare* dalam proses review oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), berikut proses review oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) :



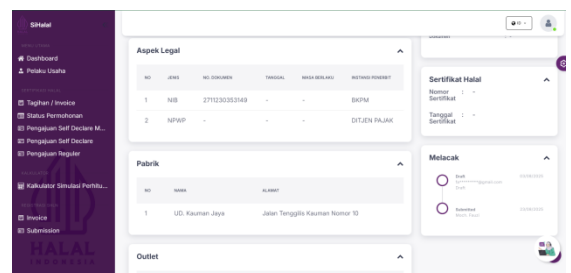
Gambar 14. Pengajuan Sertifikasi Halal Produk Tempe



Gambar 15. Proses Pengajuan Sertifikasi Halal Produk Tempe



Gambar 16. Pengajuan Sertifikasi Halal Produk Keripik Tempe



Gambar 17. Proses Pengajuan Sertifikasi Halal Produk Keripik Tempe

Dalam proses pengajuan sertifikasi halal *self declare* mulai dari *submitted* sampai dengan terbit sertifikasi halal (SH)

selama kurang lebih 95 hari tapi tentunya dengan proses pengembalian untuk direvisi jika perlu dilakukan revisi. Pada pengajuan sertifikasi halal *self declare* ada persyaratan sebelum pengajuan yakni pemilik usaha wajib memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) yang nantinya Kode Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) terhubung dengan produk yang akan diajukan sertifikasi halal *self declare*.

#### (4) Keberlanjutan Program

Ke depan, dengan keberlanjutan program didukung oleh komitmen pemilik usaha untuk terus menggunakan sistem pembukuan sederhana secara rutin, pemanfaatan media sosial untuk promosi yang kini mulai dikelola lebih aktif, ditargetkan dapat meningkatkan jangkauan pasar lokal Surabaya dan sekitarnya. Selanjutnya dengan adanya identitas merek yang kuat dan sertifikasi halal *self declare* yang segera terbit, maka UD Kauman Jaya memiliki peluang untuk masuk ke pasar modern (minimarket/ritel).

#### 4. Kesimpulan

Program pelatihan merek dagang dan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) yang dilaksanakan di UD Kauman Jaya, Tenggilis Mejoyo, Surabaya, memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas manajerial dan

kemandirian UMKM. Kegiatan ini berhasil membuka wawasan pemilik dan karyawan tentang pentingnya identitas merek serta kehalalan produk sebagai syarat utama dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.

Melalui tahapan sosialisasi, pelatihan teknis, pendampingan implementasi, serta evaluasi dan monitoring, diperoleh capaian nyata bagi UMKM.

Dengan hasil tersebut, program ini dapat disimpulkan berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan kualitas manajerial UD Kauman Jaya sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Keberhasilan ini juga berpotensi menjadi model pemberdayaan UMKM pangan lain di Surabaya untuk menerapkan branding dan SJPH sebagai strategi pengembangan usaha..

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih dihaturkan kepada Direktorat Akademik Pendidikan Tinggi Vokasi (BIMA) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan dukungan pendanaan melalui program Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2025. Dukungan ini sangat berarti bagi terlaksananya kegiatan Pelatihan Merek Dagang dan Sistem Jaminan Produk Halal

guna Kemandirian UMKM Tempe Surabaya yang dilaksanakan di UD Kauman Jaya, Tenggilis Mejoyo, Surabaya.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada LRIPM Universitas Muhammadiyah Surabaya atas fasilitasi dan pendampingan administrasi, serta kepada mitra UMKM UD Kauman Jaya yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap rangkaian kegiatan. Semoga hasil dari program ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi pengembangan UMKM pangan di Surabaya dan sekitarnya.

## 6. Daftar Pustaka

- Muhammad Anas, Agus Purwanto, Fitri Nuraini, Ali Imanuddin, Fauzie Senoaji, Hulliyyatul Wadah, Baterun Kunsah, Siti Mardiyah, Yeti Eka Puspitasari, Meirna Dewitasari, Luluk Latifah, T. A. M. S. (2023). *Buku Pedoman Pelatihan Pendamping PPH* (1st ed.). Media Sains Indonesia.
- Ambarwati, R., Saputro, A. R., & Fathurochman, A. G. (2019). Product Development for Competitive Advantage of Micro, Small, and Medium Enterprises of Ikat Woven Fabric in Kediri. *Binus Business Review*, 10(2), 75-86. doi:<https://doi.org/10.21512/bbr.v10i2.5676>
- Anas, M., Nuraini, F., Mardiyah, S., Kunsah, B., Sisipita, Y. E., Latifah, L., Kundayadi, T. L. (2023). Pelatihan Pendamping PPH Halal Center UMSurabaya Untuk Mensukseskan Program Sertifikasi Halal Pemerintah. *Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 43-58. doi:<https://doi.org/10.51622/pengabdian.v4i1.1160>
- Anas, M., Saputro, A. R., & Wahdah, H. (2023). Persepsi Halal dan Pemahaman Sertifikasi Halal: Studi Deskriptif Analitik. *Misykat al-Anwar Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat*, 6(1), 1-12. doi:<https://doi.org/10.24853/ma.6.1.1-12>
- Choirunnisa, A., Saputro, A. R., & Putra, A. C. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Berbasis Metode 4P untuk Meningkatkan Daya Tarik Brand Windi Shoes. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 86-97. doi:<https://doi.org/10.30651/imp.v5i1.26223>
- Latifah, L., Anas, M., & Saputro, A. R. (2023). Pendampingan Proses Produk Halal (PPH) Hingga Penerbitan

- Sertifikasi Halal Dengan Aplikasi Si-Halal Melalui Mekanisme Halal Self Declare pada Pelaku Usaha Bumbu Hikmah. *Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat (M-PKM)*, 2(3), 59-67.  
doi:<https://doi.org/10.58471/pkm.v2i03.1972>
- Nuraini, F., Saputro, A. R., Kusnanto, H., Novita, D., & Putra, A. C. (2025). Optimalisasi Paten, Merek, dan Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Tingkat Nasional. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(1), 46-56.  
doi:<https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i1.22494>
- Saputro, A. R., & Maftuh, M. F. (2022). Rancang Bangun Alat Penyimpanan Tempe (Boksterra) dengan Metode QFD Studi Kasus UMKM Pembuat Tempe di Kota Surabaya. *Journal of Manufacturing in Industrial Engineering & Technology*, 1(1), 1-13.  
doi:<https://doi.org/10.30651/mine-tech.v1i1.16565>
- Saputro, A. R., Mokh, S., & Rita, M. S. (2018). Development of QCDSM-Based Products for Increasing Competitive Advantage Case Study of Tenun Ikat SME Kota Kediri. *International Journal of Business and Economic Affairs*, 3(5). Diambil kembali dari <https://ijbea.com/ojs/index.php/ijbea/article/view/27>
- Saputro, A. R., Nuraini, F., & Alfyan, M. (2022). Strategi Pemasaran Kuliner Halal: Studi Kasus UMKM Kota Surabaya. *Journal of Manufacturing in Industrial Engineering & Technology*, 1(2), 28-37.  
doi:<https://doi.org/10.30651/mine-tech.v1i2.16922>
- Saputro, A. R., Putra, A. C., & Sari, M. D. (2025). Descriptive Analytical Study: Motivation, Perception And Consumer Preferences Towards Halal Packaging Among MSME Enterprises in Muhammadiyah Surabaya. *Journal of Halal Lifestyle and Sustainability*, 1(1), 9-15.  
doi:<https://doi.org/10.21070/jhls.v1i1.1>
- Sari, M. D., Saputro, A. R., & Kinasih, A. P. (2025). Halal Certification of MSME Aisyiyah Surabaya for Competitive Advantage in Indonesian Market. *Jurnal Muhammadiyah Studies*, 10(1), 24-36.

---

doi:<https://doi.org/10.22219/jms.v10i>

1.40530