

Penguatan UMKM Melalui Produksi, Tata Kelola, Dan Pemasaran Produk Ramah Lingkungan Untuk Mewujudkan Inklusi Sosial Dan Keberlanjutan Bisnis

(Strengthening MSMEs Through Environmentally Friendly Production, Governance, and Marketing Practices to Foster Social Inclusion and Business Sustainability)

Ahyar Ismail*, Tintin Sarianti, Diki Akhwan Mulya

Fakultas Ekonomi Manajemen, IPB University, Bogor, Jawa Barat, Indonesia 16680

*Penulis Korespondensi: ahyar@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi oleh tantangan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat saat ini serta tuntutan konsumen terhadap produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, khususnya pada UMKM Rumah Kedelai Soya Ayu dan kelompok UMKM di Desa Benteng Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor yang masih menghadapi kendala dalam produksi, tata kelola, pemasaran produk, dan pengelolaan limbah usaha. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memperkuat kapasitas UMKM mitra dalam meningkatkan daya saing produk melalui strategi peningkatan akses pasar, pengembangan inovasi produk berbahan lokal, tata kelola usaha yang baik, teknik pengemasan dan pelabelan sesuai standar, serta penanganan limbah padat dan cair guna mewujudkan inklusi sosial dan keberlanjutan bisnis di masa mendatang. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, pendampingan intensif, praktik langsung inovasi produk, fasilitasi perluasan jaringan pasar, dan inisiasi kontrak pemasaran dengan pihak outlet maupun mitra usaha terkait. Hasil utama dari pelaksanaan pengabdian ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memproduksi dan mengelola usaha secara lebih modern serta ramah lingkungan, peningkatan kualitas kemasan dan label produk yang lebih menarik dan informatif, terbentuknya jejaring pemasaran baru, serta tercapainya enam kontrak atau perjanjian kerja sama pemasaran yang menjadi langkah nyata perluasan pasar bagi Mitra yakni dengan DailyUS IPB, Indomaret, Indomarco, Amanda Brownies, Tahu Yun Yi dan Program Makan Bergizi Gratis (MBG). Simpulan dari kegiatan ini adalah bahwa program penguatan produksi, tata kelola, dan pemasaran berbasis keberlanjutan mampu meningkatkan kemandirian dan daya saing UMKM khususnya Mitra, sekaligus memberikan manfaat sosial dan lingkungan sehingga keberlanjutan usaha di tingkat lokal dapat terwujud secara berkelanjutan.

Kata kunci: inklusi sosial, keberlanjutan bisnis, pemasaran, produksi dan tata kelola

ABSTRACT

This community service program is motivated by the growing challenges faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in competing within an increasingly dynamic market environment, along with rising consumer demands for environmentally friendly and sustainable products. The targeted partners—Rumah Kedelai Soya Ayu and MSME groups in Benteng Village, Ciampea District, Bogor Regency—continue to experience limitations in production, business management, marketing, and waste handling. The objective of this program is to strengthen the capacity of partner MSMEs to enhance product competitiveness through improved market access strategies, development of local-based product innovations, implementation of good business governance, adoption of standardized packaging and labeling techniques, and solid and liquid waste management practices to support social inclusion and long-term business sustainability. The methods applied include training, intensive assistance, hands-on product innovation practices, facilitation of expanded market networks, and initiation of marketing contracts with outlets and business partners. The main outcomes demonstrate increased knowledge and technical skills of MSME actors in modern and environmentally conscious production and business management, enhanced packaging and labeling quality that is more appealing and informative, the establishment of new marketing networks, and the achievement of six marketing cooperation agreements with DailyUS IPB, Indomaret, Indomarco, Amanda Brownies, Tahu Yun Yi, and the Free Nutritious Meal Program (MBG). In conclusion, the program on strengthening production, governance, and sustainability-based marketing successfully improved the independence and competitiveness of MSMEs, while also creating positive social and environmental benefits, thereby supporting sustainable local business development.

Keywords: business sustainability, governance, marketing, production and social inclusion