

Pelatihan Pemasaran dan Pendampingan Legalitas Produk UMKM

Tasha Tsania Thalib¹, Elok Trianita², M. Jauhar Nafis³, Muhammad Nurus Sobah Alfaiq⁴,
Muhamad Wildan Fawa'id⁵

IAIN Kediri

trielok49@gmail.com¹

Kilas Artikel

Volume 1 Issue 3
September 2023

Article History

Submission: 24-08-2023

Revised: 29-08-2023

Accepted: 08-09-2023

Published: 30-09-2023

Kata Kunci:

UMKM, legalitas usaha,
digital marketing

Keywords:

MSME, business legality,
digital marketing



Welfare Jurnal Pengabdian
Masyarakat is licensed under a
Creative Commons Attribution-Share
Alike 4.0 International License.

Abstrak

Desa Pandantoyo merupakan desa yang memiliki produk UMKM baik perseorangan maupun kelompok yang di kelola oleh desa. Namun hal yang sangat disayangkan dari masyarakat adalah pemasaran produk yang kurang maksimal serta banyak produk yang belum mendapatkan legalitas halal. Dari adanya hal tersebut maka tim kami mengadakan pelatihan terkait pemasaran dan legalitas produk UMKM dengan tujuan agar masyarakat mendapatkan inovasi terkait cara pemasaran produk di era digital serta menyadarkan tentang pentingnya mengurus legalitas usaha sesuai dengan anjuran pemerintah. Pelatihan yang diikuti oleh sekitar 35 orang tersebut berjalan dengan lancar dan output yang didapatkan dari pelatihan tersebut yakni masyarakat lebih memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk serta beberapa UMKM sudah mengajukan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang mana nanti dapat digunakan untuk mendaftarkan usahanya agar mendapat sertifikasi halal. Dampak yang dapat dirasakan oleh para pelaku usaha dari adanya kegiatan tersebut yakni produk yang dipasarkan mendapatkan perizinan serta dinilai halal sesuai ketentuan yang diberlakukan oleh pemerintah dan Kemenag RI.

Abstract

Pandantoyo Village is a village that has MSME products for both individuals and groups, which are managed by the village. However, what is very unfortunate for society is that product marketing is less than optimal, and many products have not received halal legality. Based on this, our team held training related to the marketing and legality of MSME products with the aim of providing the public with innovations regarding how to market products in the digital era and raising awareness about the importance of managing business legality in accordance with government recommendations. The training, which was attended by around 35 people, went smoothly, and the output obtained from the training was that people made more use of technology to market products, and several MSMEs had applied for Business Identification Numbers (NIB), which could later be used to register their businesses to obtain halal certification. The impact that can be felt by business actors from this activity is that the products marketed receive permits and are assessed as halal in accordance with the provisions imposed by the government and the Indonesian Ministry of Religion.

1. PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang berstatus sebagai negara berkembang. Dalam hal ini, perekonomian memiliki peran penting yakni sebagai tonggak kehidupan bagi seluruh masyarakat Indonesia. Berbicara terkait perekonomian, tentu tidak jauh kaitannya dengan UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah. UMKM yang ada di Indonesia mana sangat diperlukan untuk mendukung perkembangan perekonomian yang ada di Indonesia. UMKM yang ada di Indonesia menyumbang sekitar 60 persen dari PDB Indonesia dan menciptakan lapangan kerja untuk hampir 108 juta orang Indonesia. Hal tersebut mampu menjadi bukti bahwa UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia.

Salah satu cara untuk mengembangkan perekonomian berbasis UMKM mampu melalui pemanfaatan teknologi yang ada. Beberapa tahun terakhir ini, perkembangan teknologi berhasil mengubah lingkup dunia pemasaran. Dalam metode komunikasi pemasaran sekarang telah terintegrasi dengan dunia digital, yang mana sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional. Pemanfaatan kecanggihan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen.

Di era perkembangan teknologi saat ini, media digital mampu dimanfaatkan secara maksimal sebagai salah satu bentuk usaha untuk memasarkan produk bagi para pelaku UMKM yang mampu menarik konsumen dan memudahkan untuk memperkenalkan produk UMKM ke khalayak umum. Selain itu, memanfaatkan media sosial dalam proses memasarkan produknya juga mampu dijadikan sebagai alat untuk menjangkau konsumen secara langsung dan meminimalisir biaya promosi. [Jannatin Rahmatul N., Wardhana Wahyu M., Haryanto Rudi, Pebriyanto Agus. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Impact: Implementation and Action*. Volume 2, Nomor 2.]

Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Instagram, WhatsApp Business dan media sosial yang lain. Selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meminimalisir biaya pemasaran, media digital juga menciptakan ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas, karena digital marketing bersifat real time yang mana pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feedback dari pasar yang dituju. Di sisi lain, digital marketing secara otomatis menyesuaikan dengan konten iklan yang disukai Masyarakat, sehingga nantinya mampu menghasilkan keuntungan yang lebih baik dengan cara yang lebih instan.

Selain mengencarkan pemasaran untuk menunjang UMKM. Salah satu dari sekian penunjang kegiatan UMKM adalah adanya legalitas usaha dan sertifikasi usaha, yang mana kegiatan tersebut bertujuan untuk memudahkan pelaku usaha mengembangkan dan meningkatkan kapasitas usaha yang dijalankan. Hal ini sejalan dengan adanya Peraturan Presiden Nomor 98 tahun 2014 mengenai Perizinan untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah, izin untuk UMKM hanya 1 lembar dan dapat diterbitkan hanya dalam 1 hari oleh kecamatan. Dengan selembar izin yang dapat selesai dalam sehari, UMKM dapat memperoleh empat (4) manfaat. Pertama adalah legalitas usaha, kedua memudahkan para pelaku UMKM dalam mendapatkan modal karena produknya sudah legal, ketiga yakni para pelaku UMKM bisa mendapatkan akses pendampingan usaha dari pemerintah, dan keempat adalah memperoleh kesempatan untuk pemberdayaan dari pemerintah. Namun sangat disayangkan, banyak pelaku UMKM yang mengesampingkan mengenai legalitas usaha, karena mayoritas beranggapan bahwa perizinan hanya diperlukan untuk usaha yang sudah bergerak dalam

skala besar saja. Selain itu, masih banyak juga yang beranggapan bahwa mengurus izin usaha adalah hal yang rumit serta memakan waktu dan biaya yang tidak sedikit.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN IAIN Kediri kelompok 118 merancang program kerja mengenai pemasaran serta legalitas kepada UMKM di Desa Pandantoyo. Hal tersebut dilakukan berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan, yang mana di Desa Pandantoyo masih banyak UMKM yang belum memiliki legalitas usaha. Selain itu, para pelaku UMKM juga masih banyak yang terkendala terkait proses pemasaran produk, sehingga dengan adanya permasalahan tersebut para mahasiswa berusaha membantu para pelaku UMKM melalui pelatihan. Pelatihan tersebut bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai kemajuan teknologi saat ini yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana memasarkan produk UMKM dan membantu para pelaku UMKM di Desa Pandantoyo Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri untuk mendapatkan Nomor Induk Berusaha serta membantu legalitas usaha sesuai dengan program yang dicanangkan oleh pemerintah dan berkolaborasi dengan Kementerian Agama.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan ini berupa pelatihan pemasaran dan legalitas produk UMKM dengan melalui proses adaptasi terhadap perkembangan zaman. Kegiatan ini dilakukan selama enam pekan terhitung sejak tanggal 5 Juli sampai dengan 18 Agustus 2023, yang mana berfokus pada implementasi melalui tiga tahap, yaitu:

1. Tahap Perencanaan

Dalam tahap ini terbagi menjadi 4 tim untuk melakukan observasi di berbagai dusun yang ada di Desa Pandantoyo Kecamatan Ngancar. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menemukan permasalahan yang ada di Desa Pandantoyo. Dari hasil observasi yang telah dilakukan, menemukan berbagai macam bentuk permasalahan yang mengarah pada UMKM, yang mana temuan tersebut diuraikan oleh kelompok 118 berupa kurangnya upaya pemasaran produk baik di dalam ataupun di luar lingkup desa, sehingga menyebabkan minimnya minat dan daya jual produk. Selain itu, permasalahan lain yang ditemukan yakni masih terdapat beberapa produk UMKM yang belum memiliki legalitas halal. Dari adanya fenomena tersebut dibuat sebagai landasan untuk merancang program kerja kelompok 118 serta menawarkan penyelesaian masalah yakni melalui kegiatan pelatihan pemasaran dan legalitas produk UMKM kepada masyarakat.

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah menentukan permasalahan dan mencari penyelesaian yang sekiranya tepat, langkah selanjutnya yang dilakukan yakni merancang kegiatan pelatihan pemasaran serta menentukan pendamping yang cakap dalam bidang tersebut dan menyediakan jasa untuk membantu legalitas produk UMKM yang ada di Desa Pandantoyo. Pelatihan ini diikuti oleh 30 peserta dengan ketentuan yakni para pelaku UMKM yang ada di Desa Pandantoyo. Dalam kegiatan pelatihan tersebut, para mahasiswa juga turut memberikan pendampingan kepada peserta pelatihan.

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini kelompok 118 mengevaluasi kemampuan atau pemahaman pelaku usaha selama proses pendampingan serta terdapat temuan baru yakni peserta sulit memahami mengenai teknologi yang menyebabkan pendamping melakukan upaya yang lebih dengan cara membantu peserta pada saat pengoperasian media digital. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui peningkatan pemahaman sekaligus tercapainya kegiatan jual beli yang stabil, yang mana hal tersebut bertujuan untuk keberlanjutan usahanya.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Selama proses kegiatan dan pendampingan yang dilakukan oleh kelompok KKN 118 sedikit membuahkan hasil yang diharapkan dampaknya dapat dirasakan oleh masyarakat. Sejauh tinjauan kami, setelah diadakan kegiatan tersebut, perubahan yang terlihat yakni masyarakat dapat memahami pentingnya pemasaran serta pelabelan suatu produk bagi keberlangsungan usahanya. Selain itu, masyarakat juga menjadi sadar akan pentingnya legalitas dalam setiap usaha yang dijalankan.

Pasca mengikuti pelatihan, masyarakat pelaku UMKM memiliki beberapa opsi strategi untuk penjualan produk yang mana mampu memudahkan para pelaku UMKM dalam melakukan proses jual beli yang dinamis demi tercapainya proses transaksi yang stabil. Dengan diadakannya kegiatan tersebut, para pelaku UMKM mampu mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui pendampingan dari mahasiswa KKN kelompok 118, yang mana dengan NIB tersebut para pelaku usaha dapat dinyatakan secara resmi telah mendapatkan perizinan dalam negara. Setelah mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB), para pelaku usaha dapat mengajukan produknya untuk mendapatkan sertifikasi halal sesuai dengan peraturan Kementerian Agama Republik Indonesia. Tentunya sertifikasi halal tetap dalam pendampingan dari beberapa mahasiswa yang menjadi Pendamping Produk Halal. Dampak yang dapat dirasakan oleh para pelaku usaha yakni produk yang dipasarkan sudah mendapatkan perizinan serta dinilai halal sesuai ketentuan yang diberlakukan oleh pemerintah dan Kemenag RI. Dari hal tersebut konsumen akan yakin dan mampu menerima produk yang dipasarkan sehingga nantinya berpengaruh terhadap tingkat produksi barang.

4. KESIMPULAN

Dengan diadakannya kegiatan tersebut, para pelaku UMKM mampu mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui pendampingan dari mahasiswa KKN kelompok 118, yang mana dengan NIB tersebut para pelaku usaha dapat dinyatakan secara resmi telah mendapatkan perizinan dalam negara. Setelah mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB), para pelaku usaha dapat mengajukan produknya untuk mendapatkan sertifikasi halal sesuai dengan peraturan Kementerian Agama Republik Indonesia. Tentunya sertifikasi halal tetap dalam pendampingan dari beberapa mahasiswa yang menjadi Pendamping Produk Halal. Dampak yang dapat dirasakan oleh para pelaku usaha yakni produk yang dipasarkan sudah mendapatkan perizinan serta dinilai halal sesuai ketentuan yang diberlakukan oleh pemerintah dan Kemenag RI.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni Rahmanisa. (2021). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Hukum*. Volume 1 Nomor 1.
- Anggoro, A., Rohmah, I. Y. A., Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi: Peluang dan Tantangan*. Pustaka Peradaban.

- Arif Zunaidi, Nilna Fauza, Moch. Zainuddin, Imam Annas Mushlihin, & Binti Mutafarida. (2022). Training for MSME Development in an Effort to Improve Professional MSME Business Financial Governance. *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)*, 4, 107–111. Retrieved from <https://icon-uce.com/index.php/icon-uce/article/view/15>
- Jannatin Rahmatul N., Wardhana Wahyu M., Haryanto Rudi, Pebriyanto Agus. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Impact: Implementation and Action*. Volume 2, Nomor 2.
- Ma'rifah, H. N., Azizah, R. A. N. ., Jordi, M. R., Amrullah, M. B. N., Ichsan, M. N. ., Yunanto, I. F. ., Dermawan, R. B., & Fatmah, E. A. (2023). Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Segmentasi Pasar di Batik New Colet Jombang. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 270–276. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.377>
- Nugraha, B. B., Khasanah, D. U., Rafif, M., Fadilah, R. A. N., & Azizah, R. (2023). Pendampingan Pemasaran Digital Pada UMKM Konveksi Aura Desa Kayen Lor Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 235–241. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/433>
- Yunita, A. R., & Nazaruddin, N. (2023). Pelatihan Pengembangan Usaha Melalui Pembaruan Desain Label Kemasan Pada UMKM Kacang Telur di Lappacinrana Kabupaten Sinjai. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 242–247. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.509>
- Yunitasari, D., Rosyidah, L. N., Rohmah, L. ., Ningsih, D. F. C., Afiyana, R. L., & Febrianti, N. A. (2023). Pendampingan UMKM Batik CV. Wecono Asri dalam Meningkatkan Jumlah Peminat Melalui Pameran di Car Free Day Jl. Dhoho Kota Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 259–269. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.392>
- Suprayitno, N. F., & Rachmat, Z. (2023). Pelatihan Start Up KEDIP dan Up Skill Scale Program Dalam upaya Upgrading UMKM Desa Beralih ke Digital . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 207–212. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.562>
- Zakaria, M., Nurum, S. I. B., Pertiwi, R. A., Khusniah, A. F., Alvin, C. K., Muna, A. I., Marbiyanti, R., & Janah, S. (2023). Pendampingan Perbaikan Packaging sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Produk UMKM “Mak Plengeh” di Desa Blabak, Pesantren, Kota Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 25–31. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i1.380>