

**BRANDING PRODUK DAN PENDAMPINGAN LEGALITAS
USAHA UMKM DI KECAMATAN KALIWATES KABUPATEN
JEMBER**

**Umi Malikal Bulgis¹, Lilis Yuliati^{2*}, Nanik Istiyani³, Riniati⁴, dan Sunlip
Wibisono⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Jember

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada dekade terakhir mengalami tantangan di tengah pandemi covid-19, seperti penurunan produktivitas dan tantangan pemasaran produk akibat pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat. Tujuan penelitian ini yaitu melakukan pengabdian kepada sektor UMKM di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Sasaran merupakan pemilik industri rumah minuman herbal instan yang berlokasi di Kecamatan Kaliwates. Kendala Industri Minuman Herbal Instan "Masra Herbal" yaitu katalog produk dan kemasan kurang menarik, serta memerlukan pendampingan perizinan legalitas usaha. Penyelesaian dari kendala tersebut yaitu pemberian sosialisasi dan pendampingan usaha. Metode pengabdian yang dilakukan yaitu survei dan pengumpulan data, inovasi kemasan produk, legalitas usaha, dan pemasaran produk. Hasil pengabdian ini yaitu terlaksananya empat program kerja yang terdiri dari observasi dan diskusi program kerja dengan sasaran, branding produk, pendampingan perizinan usaha, dan pendampingan pemasaran produk. Upgrading kemasan oleh sasaran sehingga produk terlihat lebih menarik. Selain itu pendampingan kepada sasaran untuk perizinan legalitas usaha guna mengembangkan usaha secara legal, agar dapat lebih berdaya saing. Sosialisasi dan pelatihan mengenai Shopee dan design feed instagram guna untuk menampilkan feed yang lebih menarik kepada konsumen.

Kata Kunci: *Usaha Mikro Kecil Menengah, branding produk, legalitas usaha, pemasaran*

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the last decade have experienced challenges in the middle of the Pandemic Covid-19, such as decreasing productivity and product marketing challenges due to the implementation of community activity restrictions. The purpose of this study was to carry out service to the MSME sector in Kaliwates District, Jember Regency. The target is the owner of the instant herbal drink home industry located in Kaliwates District. The constraints of the "Masra Herbal"

¹ Corresponding Author: Universitas Jember; Gg. 5, Tegal Boto Lor, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68121; E-mail: lilisyuliati.feb@unej.ac.id

instant herbal drink industry, namely the product and packaging catalogs are less attractive and require the assistance of business legality licensing. The settlement of these obstacles is the provision of socialization and business assistance. The methods used are surveys and data collection, product packaging innovation, business legality, and product marketing. The results of this service are the implementation of four work programs consisting of observations and discussion of work programs with targets, product branding, business licensing assistance, and product marketing assistance. Upgrading packaging by the target so that the product looks more attractive. In addition, assistance to targets for business legality permits the development of business legally, so that it can be more competitive. Socialization and training on Shopee and Instagram feed design to display more attractive feeds to consumers.

Keywords: *Micro, Small and Medium Enterprises, product branding, business legality, marketing*

1. PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia memberikan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga penggantian nama dan format kebijakan menjadi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Empat Level (PPKM Empat Level) guna menekan penyebaran covid-19. Kebijakan ini berdampak pada sektor pendidikan, pekerjaan, perdagangan, aktivitas sosial, dan mobilitas warga. Salah satu dampak pandemi covid-19 yang dirasakan yaitu UMKM di Indonesia sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Thaha, 2020). Kondisi UMKM di tengah pandemi terus mengalami penurunan kapasitas, mulai dari kapasitas produksi hingga penurunan penghasilan. UMKM memainkan peran strategis yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tahun 2018, jumlah unit usaha UMKM adalah 99,9 juta unit dan didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89% dan sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8% (Sasangko, 2020).

Kecamatan Kaliwates merupakan salah satu wilayah yang ada di Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur, Indonesia dengan luas wilayah ±24,94 km² (BPS Kabupaten Jember, 2022). Kecamatan Kaliwates memiliki banyak UKM yang sedang dalam masa perkembangan yaitu salah satunya adalah industri rumah minuman herbal instan Masra Herbal. Industri rumah Minuman Herbal Instan “Masra Herbal” yang telah berdiri pada Tahun 2020 dan berlokasi di jalan Gajah Mada XII Lingkungan Condro Utara, Kelurahan Kaliwates, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember – Jawa Timur. Berawal dari nama Jamu Tradisional Islamiah pada tahun 2020, kini berubah menjadi Masra Herbal pada tahun 2021. Umumnya minuman herbal berkaitan dengan tidak praktis, kesehatan, jaman dulu, dan rasa yang pahit. Namun Industri ini ingin mengubah hal tersebut dengan inovasi dan teknologi menjadi minuman herbal instan. Selain itu, UMKM ini bertekad untuk mengenalkan produknya ke segala usia.



Gambar 1. Wawancara dengan sasaran (sumber: dokumentasi pribadi)

Pembuatan minuman herbal instan ini menggunakan metode dan peralatan yang sederhana, yaitu dengan alat utama untuk mengaduk berupa wajan, kompor, dan blender. Proses pembuatan minuman herbal instan terbilang cukup mudah namun diperlukan pengetahuan khusus. Proses produksi dilakukan di tempat tinggal Narasumber. Produk banyak dipasarkan melalui media online, seperti WhatsApp, Instagram, dan Shopee.

Kendala Industri Minuman Herbal Instan “Masra Herbal” yaitu katalog produk dan branding produk, serta memerlukan pendampingan perizinan legalitas usaha. Pada aspek foto produk, industri rumahan ini mengambil foto dengan seadanya. Hal ini membuat foto produk kurang menarik untuk katalog. Pada aspek kemasan, penggunaan plastik ziplock kurang efisien karena sifat serbuk instan yang mudah menggumpal saat tidak tertutup rapat. Pada aspek legalitas usaha, industri ini belum memiliki nomor izin usaha dan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa mereka membutuhkan pendampingan maupun pelatihan dalam branding produk dan perizinan legalitas usaha.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Survei dan Pengumpulan Data

Tim Pengabdi melakukan survei lapangan untuk mengetahui kondisi, dan mengumpulkan data serta informasi terkait permasalahan, agar dapat memberikan solusi yang tepat kepada sasaran. Tim Pengabdi dan sasaran melakukan diskusi untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan industri dan mengatasi berbagai aspek permasalahan yang dihadapi.

2.2 Branding Produk

Tim Pengabdi dan sasaran berdiskusi mengenai kemasan yaitu upgrade kemasan yang lebih efisien. Pemilihan kemasan berguna untuk penyimpanan produk dan membuat tampilan lebih menarik. Selain itu, sasaran memiliki foto produk yang

seadanya dan diambil foto dengan Handphone. Maka dari itu Tim Pengabdian menyarankan untuk foto produk yang lebih baik setelah penggantian kemasan.

2.3 Legalitas Usaha

Sasaran belum memiliki legalitas usaha, sehingga perlu diadakan sosialisasi akan pentingnya legalitas tersebut, dan pendampingan dalam pengurusannya. Sosialisasi dilakukan dengan berbagi pengetahuan tentang legalitas UMKM, mulai dari izin usaha pendirian usaha, hingga sertifikasi produk yang dibutuhkan oleh UMKM. Dengan sosialisasi ini diharapkan mitra paham akan pentingnya legalitas dalam suatu usaha, dan mulai mengurus kepemilikan legalitas usahanya tersebut.

2.4 Pemasaran Produk

Tim Pengabdian melakukan sosialisasi dan pendampingan kepada sasaran terkait pemasaran produk secara digital. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan dengan memanfaatkan teknologi informasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini terbagi menjadi beberapa program kerja yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Program Kerja yang telah dilaksanakan

| Minggu ke- | Kegiatan | Keterangan |
|------------|--|--|
| 1 | Observasi dan diskusi program kerja dengan sasaran | <ul style="list-style-type: none"> - Identifikasi potensi dan kendala - Diskusi program kerja - Merancang program kerja - Pembuatan timeline kegiatan |
| 2 | Branding produk | <ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi Branding produk - Pembelian alat dan bahan produksi - Pendampingan produksi |
| 3 | Pendampingan perizinan | <ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi Pentingnya legalitas usaha - Pendampingan perizinan usaha - Pendampingan produksi |
| 4 | Pemasaran produk | <ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi produk ke khalayak umum melalui media sosial - Sosialisasi produk ke khalayak umum secara langsung ke masyarakat (mahasiswa sekitar dan toko-toko terdekat) |

3.1 Gambaran Kegiatan Pelatihan

Tim pengabdian pada awal kegiatan melakukan observasi atau pengamatan terhadap sasaran pengabdian yaitu pemilik industri rumah Minuman Herbal Instan "Masra Herbal". Kegiatan tersebut berlanjut dengan diskusi terkait perkembangan industri yang telah dijalankan dan kendala yang selama ini dialami dalam proses

produksi maupun pemasaran. Pada kegiatan ini Tim Pengabdi dan sasaran merancang program kerja yang akan dilaksanakan guna mencapai tujuan keberlanjutan usaha.



Gambar 2. Observasi dan Diskusi Program Kerja dengan Sasaran

3.2 Upgrade Kemasan

Umumnya konsumen pertama kali tertarik untuk membeli produk yang berkemasan karena brand atau daya tarik kemasannya (Azmeah & Nadvi, 2014; Hopid et al., 2021). Maka dari itu aspek kemasan berfungsi sebagai komunikasi dan menumbuhkan branding yang biasa disebut silent salesman (Robertson, 2010). Manfaat kemasan selain itu adalah sebagai pengaruh keputusan konsumen dalam membeli produk (Butkeviciene et al., 2009). Setelah diskusi, sosialisasi, dan pendampingan yang diberikan Tim Pengabdi kepada sasaran, maka diperoleh pembaruan kemasan yang akhirnya digunakan untuk kemasan tetap produk minuman herbal instan seperti berikut:



Gambar 3. Branding Produk

3.3 Pendampingan Izin Legalitas Usaha

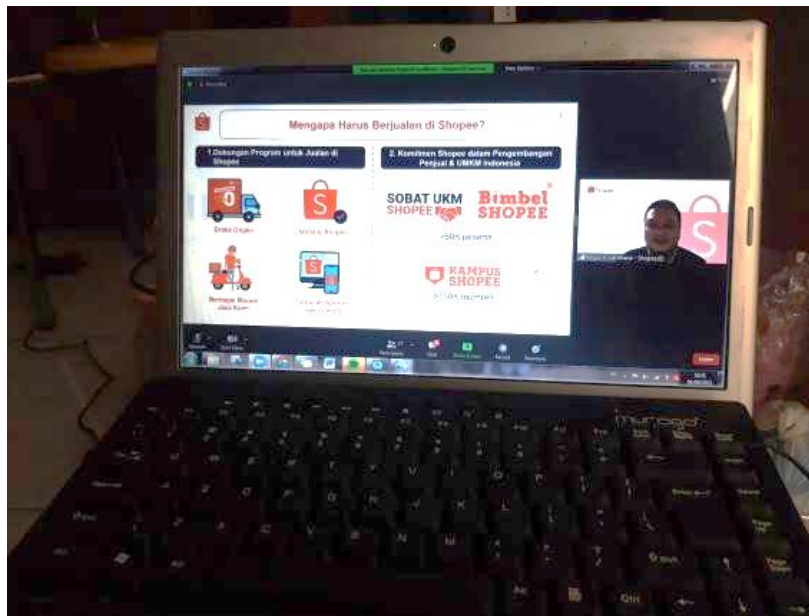
Legalitas usaha merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam pengembangan usaha seperti kemudahan untuk mendapatkan modal karena sudah legal, lalu akses untuk mendapatkan pendampingan usaha dari pemerintah (Kusmanto & Warjio, 2019), tetapi para pelaku UMKM terkadang belum memahami hal tersebut. Tim Pengabdian memberikan sosialisasi kepada sasaran terhadap besarnya peran legalitas usaha untuk kemajuan suatu usaha. Dalam sosialisasi ini sasaran diberikan informasi mengenai jenis legalitas usaha, manfaat dan persyaratan yang harus dipenuhi. Selain itu, Tim Pengabdian juga mendampingi sasaran dalam proses pengajuan legalitas usaha yaitu Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan sertifikasi produk dalam bentuk Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) guna mengembangkan usaha secara legal, agar dapat lebih berdaya saing.



Gambar 4. Pendampingan Perizinan PIR-T

3.4 Perluasan Pemasaran

Pelatihan pemasaran yang lebih memadai adalah melalui pengenalan e-commerce atau marketplace dan social media sebagai salah satu sarana pemasaran. Dewasa ini jumlah pengguna internet mengalami peningkatan yang signifikan, sehingga menarik para produsen untuk memanfaatkan media ini dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Media pemasaran dari sasaran telah menjangkau seluruh media sosial, namun terdapat beberapa kendala seperti kurang pengoptimalan media sosial. Maka dari itu sasaran diberikan sosialisasi dan pelatihan mengenai Shopee dan design feed instagram guna untuk menampilkan feed yang lebih menarik kepada konsumen.



Gambar 5. Pelatihan Pengoptimalan Aplikasi Shopee

4. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember khususnya Industri rumah Minuman Herbal Instan “Masra Herbal” bahwa terdapat empat program kerja yang telah dilaksanakan guna mencapai tujuan keberlanjutan usaha bisnis. Empat program kerja yang dimaksud adalah observasi dan diskusi program kerja dengan sasaran, branding produk, pendampingan perizinan usaha, dan pendampingan pemasaran produk. Dengan terlaksananya pengabdian ini diharapkan industri rumahan mampu bertahan di tengah ketidakpastian ekonomi dan pandemi dan tetap optimis dalam mencapai keberlanjutan usaha. Pemerintah desa diharapkan mampu memberikan dukungan seperti pembuatan paguyuban UMKM yang ada didesa dan menggerakkan masyarakat desa untuk memanfaatkan potensi alam yang ada desa menjadi nilai ekonomi yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian rekomendasi dari tim pengabdian adalah adanya kerjasama dan tata kelembagaan terutama tingkat daerah khususnya desa dengan melibatkan perangkat desa dan masyarakat untuk bersinergi menciptakan pertumbuhan

ekonomi melalui inovasi produk daerah dan legalitas usaha serta pengembangan pemasaran produk daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Azmeh, S., & Nadvi, K. 2014. Asian firms and the restructuring of global value chains. *International Business Review*, 23(4), 708–717. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2014.03.007>
- BPS Kabupaten Jember. 2022. Kecamatan kaliwates dalam angka 2022. *Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember*.
- Hopid, Sudyarto, & Hamidah, H. 2021. Analisis SCP pada Industri Rengginang di Kabupaten Sumenep. 5, 787–797.
- Kusmanto, H., & Warjio. 2019. Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 320–327.
- Robertson, Gordon L. 2010. Food Packaging and Shelf Life A Practical Guide. CRC Press. New York.
- Sasangko, D. 2020. UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*.
- Thaha, A. F. 2020. Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1).