

UPAYA PEMBERDAYAAN PELAKU UMKM MELALUI SOSIALISASI PERIZINAN DAN BRANDING PRODUK DI DESA SELOKAJANG KECAMATAN SRENGAT

Pipit Septikasari¹, Nabella Sandi², Filda Febrinita³

^{1,2,3}Universitas Islam Balitar

¹pipitseptikasari@gmail.com, ²nabilasandi2001@gmail.com, ³febrinitafilida80@gmail.com

ABSTRAK

Desa Selokajang merupakan desa yang sebagian besar warganya memiliki mata pencaharian sebagai pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Salah satu UMKM yang terdapat di Desa Selokajang yaitu UMKM budidaya jamur. Berdasarkan hasil observasi, diperoleh informasi bahwa pelaku UMKM mengalami kendala yaitu kurangnya daya tarik pada produk usaha karena belum memiliki nama merek dan produk usaha yang dihasilkan masih belum memperoleh perizinan dari pemerintah. Bagi pelaku UMKM, nama merek dan perizinan memiliki pengaruh besar guna meyakinkan para konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut yaitu dengan mengadakan kegiatan sosialisasi perizinan dan branding produk untuk UMKM. Dengan adanya sosialisasi ini pelaku UMKM di Desa Selokajang menjadi lebih memahami proses perizinan dan branding produk guna meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk. Selain itu, peran dari sosialisasi perizinan dan branding produk dapat memberikan ilmu baru bagi pelaku UMKM dalam memahami mekanisme perizinan dan tata cara branding produk dengan benar guna meningkatkan kualitas produk dan menunjang proses produksi. Hasil dari sosialisasi ini adalah para pelaku UMKM tertarik untuk menciptakan nama merek produk yang inovatif, mendaftarkan perizinan usaha mereka guna memperluas pemasaran, serta membuat produk berhasil diterima dan mampu bersaing di pasaran.

Kata kunci: Perizinan; branding produk, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang menopang perekonomian di Indonesia (Wibowo, 2022). Melalui sektor UMKM, masyarakat dapat memenuhi segala kebutuhan akan gaya hidup, mulai dari kebutuhan sandang, pangan hingga papan. Berdasarkan pendapat Saiman (dalam Yusli & Falahi, 2022), UMKM berpotensi untuk memperluas kesempatan kerja dan berperan dalam proses pemerataan, meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi guna mencapai stabilitas ekonomi nasional.

Desa Selokajang merupakan salah satu desa wisata yang terletak di Kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur. Di desa ini sebagian besar warganya memiliki mata pencaharian sebagai pelaku UMKM. Salah satu

UMKM yang terdapat di Desa Selokajang yaitu UMKM budidaya jamur yang terletak di RT 01 RW 02 Dusun Maron, Desa Selokajang. UMKM ini fokus mengelola jamur tiram mulai dari membuat media tanam jamur, proses panen jamur hingga penjualan jamur yang masih dalam bentuk mentah yang dilakukan secara mandiri melalui facebook dan warga sekitar.

Pengembangan UMKM perlu didukung untuk meningkatkan perekonomian daerah dan mengurangi tingkat pengangguran. UMKM memiliki peran strategis dalam membangun perekonomian dan menjadi penggerak bagi masyarakat di pedesaan maupun perkotaan (Hafni & Rozali, 2017). Faktor yang perlu terus ditingkatkan untuk mendorong UMKM agar terus berkembang dan dapat bersaing di pasar global adalah perihal perizinan dan branding produk

yang dianggap sebagai faktor penting keberhasilan usaha.

Perizinan menjadi salah satu syarat bagi pelaku UMKM untuk mendapat pengakuan atas produk yang diolahnya, telah terdaftar dan memiliki standar yang sesuai. Perizinan yang dimaksud ini adalah Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) yang di khususkan untuk produk olahan UMKM. Dengan memperoleh izin ini, produk UMKM akan terdaftar di dinas terkait dan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk mengkonsumsi produk tersebut (Jupri dkk., 2021; Komalasari dkk., 2021).

Selain perizinan, *branding* produk juga memiliki peran penting bagi suatu produk. *Branding* produk berkaitan dengan pemberian identitas produk agar lebih mudah dikenali oleh masyarakat luas. Dengan adanya *branding* produk, masyarakat dapat membedakan antara produk satu dengan lainnya serta menjadikan produk olahan lebih bernilai dari segi komersialnya (Setiawati dkk., 2019).

Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM jamur Desa Selokajang saat ini adalah masih kurangnya pengetahuan dan pemahaman dari pelaku UMKM mengenai teknis dan tata cara mengurus perizinan produk usaha, karena mereka jarang berurusan dengan pemerintah sehingga kurangnya informasi yang seharusnya mereka dapatkan dari pemerintah dalam mengembangkan produk usahanya.

Permasalahan lainnya adalah dengan kondisi penjualan jamur yang masih dalam keadaan mentah mempersulit pelaku UMKM untuk mengembangkan produknya. UMKM jamur tersebut masih menjual jamur tanpa adanya *branding* dan inovasi produk. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman mengenai *branding* dan inovasi olahan jamur membuat penjualan tidak meningkat karena kurangnya pangsa pasar.

Kendala-kendala yang dialami oleh para pelaku UMKM, terkait perizinan dan *branding* produk merupakan kendala umum yang dialami oleh pengusaha kecil, utamanya pengusaha kecil yang berada di desa (Basamalah dkk., 2021; Malia dkk., 2021; Setiawati dkk., 2019; Yusli & Falahi, 2022).

Yusli & Falahi (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa banyak pelaku UMKM yang

tidak memahami pentingnya tentang kemasan produk dan belum melakukan pengurusan izin P-IRT sehingga mereka tidak dapat menembus *took-toko* sekitar tempat tinggalnya. Namun, setelah mendapatkan sosialisasi dan pendampingan, pelaku UMKM mulai memperhatikan bentuk kemasan produknya dan melakukan pengurusan izin P-IRT. Dengan demikian, para pelaku UMKM akan lebih mudah dalam melakukan pemasaran produk dan membuat inovasi yang menarik pada produknya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dkk., (2019) dan (Basamalah dkk., 2021), bahwa melalui strategi *branding* pelaku UMKM terbantu dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis serta membuat inovasi pada produk mereka. Kurangnya pemahaman pelaku UMKM terkait P-IRT juga ditemukan pada hasil penelitian oleh Malia dkk., (2021) bahwa, pelaku UMKM belum memahami pentingnya PIRT dalam menghasilkan produk makanan agar menjamin mutu, kebersihan dan keamanan produk tersebut untuk dikonsumsi. Untuk itu dilakukan pendampingan bagi pelaku UMKM untuk memperoleh PIRT sehingga mereka dapat meningkatkan mutu produk dan menambah kepercayaan konsumen akan kebersihan dan keamanan produk untuk dikonsumsi.

Berdasarkan permasalahan yang ditemui di Desa Selokajang serta hasil dari beberapa penelitian tersebut maka dilakukan upaya sosialisasi perizinan dan *branding* produk UMKM yang berfokus pada keamanan dan keaslian produk yaitu dalam bentuk perizinan P-IRT. Melalui kegiatan sosialisasi ini, diharapkan produk yang dihasilkan UMKM Desa Selokajang lebih aman, halal serta memiliki legalitas

METODE

Kegiatan sosialisasi terkait perizinan dan *branding* produk UMKM dilakukan di Desa Selokajang. Sebelum melakukan sosialisasi, terlebih dahulu dilakukan survey pada para pelaku UMKM. Survei ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi yang ada pada UMKM dan mencari tahu informasi terkait kendala yang dialami UMKM tersebut. Selanjutnya, informasi dan data yang diperoleh, dianalisa untuk mendapatkan suatu solusi dari

masalah yang dialami pelaku UMKM, yaitu sosialisasi perizinan dan *branding* produk.

Untuk mengetahui hasil dari kegiatan sosialisasi ini, digunakan angket yang ditujukan untuk mengukur pemahaman masyarakat terhadap materi yang diberikan. Angket akan diberikan sebelum dan sesudah kegiatan berlangsung. Selain itu, hasil angket juga akan digunakan sebagai bahan evaluasi kegiatan sehingga dapat memberikan umpan balik yang tepat terhadap hasil luaran kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survey dan observasi pada UMKM di Desa Selokajang, diperoleh informasi bahwa kondisi UMKM di Desa Selokajang memiliki kendala terkait perizinan produk. Dalam hal ini status kepemilikan perizinan produk yang dimiliki setiap UMKM masih belum sempurna, karena kepemilikan usaha hanya berdasarkan pengakuan mulut ke mulut. Hal ini terjadi karena para pelaku UMKM belum memahami pentingnya kepemilikan izin khususnya produk UMKM. Melalui kepemilikan perizinan, produk UMKM akan lebih aman dan produk yang diolahnya tidak mudah ditiru oleh pengusaha lain. Selain itu, dengan adanya perizinan produk, pihak instansi terkait akan lebih mudah mengawasi potensi yang ada di suatu desa guna memberdayakan masyarakat desa untuk mampu meningkatkan ekonomi khususnya wilayah setempat.

Selain kendala dalam perizinan produk, masyarakat Desa Selokajang juga belum memahami tentang *branding* produk. *Branding* produk merupakan kegiatan untuk memberikan identitas pada suatu produk yang tujuannya untuk membedakan produk satu dengan lainnya yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian atau menarik pelanggan. Proses *branding* produk UMKM yang ada di Desa Selokajang masih minimal. Artinya masih ada pelaku UMKM yang belum mem-*branding* produknya agar lebih dikenal dan aman. Hal ini karena para pelaku UMKM masih belum mengetahui bagaimana tata cara *branding* produk yang sesuai dengan SOP (*Standart Operasional Procedur*). Pada umumnya mereka hanya mengemas sesuai dengan ketrampilan yang mereka miliki. Padahal pemberian *branding* pada

produk menjadi hal penting dalam sebuah usaha khususnya untuk pelaku UMKM yang kemungkinan ada potensi produknya ditiru oleh pelaku UMKM lainnya.



Gambar 1. Penyampaian Materi Sosialisasi Perizinan dan Branding Produk UMKM

Untuk itu, upaya yang dilakukan untuk mengatasi masalah UMKM di desa Selokajang tersebut adalah melalui pelaksanaan kegiatan sosialisasi perizinan dan *branding* produk. Kegiatan sosialisasi ini sekaligus sebagai sarana untuk mengenalkan pada masyarakat tentang digitalisasi yang telah banyak dilakukan pada setiap aspek usaha, salah satunya pada proses perizinan dan *branding* produk, yang juga telah memanfaatkan teknologi dalam proses pengurusannya.

Penggunaan teknologi dalam pengelolaan izin produk merupakan upaya pemerintah untuk mendukung dan mempermudah pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tentunya juga harus disesuaikan dengan perkembangan zaman. Melalui pemanfaatan teknologi dan kemudahan dalam mengakses setiap kebutuhan masyarakat, kini perizinan produk dapat dilakukan secara online. (Putra dkk., 2022)

Pada kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan di Desa Selokajang, pihak narasumber memberikan pemaparan bagaimana cara mengurus perizinan yang sesuai dengan sitematika yang berlaku serta memberikan

pemaparan produk rumah tangga atau UMKM apakah yang sekiranya dapat memperoleh izin SPP-IRT. Adapaun materi yang disampaikan sebagai berikut.

a. Pengembangan potensi daerah indikator utamanya yaitu jumlah usaha mikro dengan perizinan berdaya saing.

Pengembangan potensi daerah yang dimaksud adalah mempetakan kekayaan alam yang dimiliki suatu desa yang sekiranya dapat dijadikan potensi desa melalui UMKM.

b. Syarat perizinan UMKM yaitu pelaku UMM minimal harus memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha).

Syarat yang paling penting adalah pemilik UMKM harus memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha). Nomor ini digunakan sebagai nomor seri khususnya bagi sebuah produk, tujuannya agar dalam pengurusan izin SPP-IRT akan lebih mudah terdeteksi bahwa produk ini sudah layak untuk perizinan lanjutan.

c. Pemberian label.

Label disini adalah berupa identitas bagi produk itu sendiri. Pemberian label ini tujuannya agar para konsumen lebih mudah untuk mengenali produk yang dibuat UMKM tersebut.

d. Pendaftaran NIB

Pendaftaran NIB ini cukup melalui media online yaitu melalui website resmi Dinas Perizinan dan Pelayanan Satu Pintu atau melalui *oss.id*.

e. Tempat pengajuan NIB dan SPP-IRT yaitu di Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Satu Pintu Kabupaten Blitar.

f. Biaya pembuatan perizinan.

Untuk memproses perizinan terdapat biaya administrasi yang harus dikeluarkan, namun apabila pelaku UMM mengurus perizinan melalui Dinas Koperasi maka tidak akan dipungut biaya.

g. Alur pendaftaran SPP-IRT.

Dalam pengurusan SPP-IRT pelaku UMKM tentunya harus memiliki NIB (Nomor Izin berusaha).

Materi tersebut tentunya menjadi informasi baru bagi para pelaku UMKM untuk lebih memahami pentingnya perizinan bagi produk

UMKM dan sebagai gambaran awal bagi pelaku UMKM yang akan mendaftarkan usahanya.



Gambar 2. Pembagian Angket Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi perizinan dan *branding* produk ini diakhiri dengan melakukan evaluasi kegiatan melalui pemberian angket. Angket digunakan untuk mengukur pemahaman masyarakat terhadap materi yang telah diberikan. Hasil angket yang diberikan pada awal kegiatan menunjukkan bahwa 22,6% para peserta sosialisasi belum memahami proses perizinan dan branding yang sementara hasil angket yang diberikan di akhir kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman para peserta sosialisasi yaitu sebesar 46,9% sehingga dapat dikatakan berhasil. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman masyarakat terhadap materi yang telah diberikan.

Peningkatan pemahaman tersebut diperkuat dengan hasil wawancara pada beberapa peserta sosialisasi setelah kegiatan, yang mengemukakan bahwa mereka antusias untuk segera menciptakan produk inovatif yang disertai dengan merek yang unik dan menarik untuk dipasarkan. Selain itu, bagi masyarakat yang telah memiliki usaha atau produk, mereka akan berupaya untuk segera melakukan pengurusan NIB serta P-IRT untuk menjaga existensi produk yang dihasilkan. Melalui kepemilikan NIB dan P-IRT tentu pelaku UMKM akan lebih mudah dalam melakukan kegiatan operasional usaha karena telah memiliki legalitas (Fadilah dkk., 2021).

SIMPULAN DAN SARAN

Kondisi UMKM di Desa Selokajang memiliki permasalahan yang sama yaitu belum memiliki izin dan branding produk. Faktor

pendorong yaitu kondisi UMKM yang belum memiliki izin usaha, aksesibilitas yang berkaitan dengan jarak dan biaya, fasilitas yang memadai. Faktor yang dapat menghambat pelaksanaan peningkatan kualitas UMKM adalah pelaku belum memahami pentingnya izin SPP-IRT dan proses branding produk masih minimal.

Hasil dari sosialisasi ini adalah para pelaku UMKM tertarik untuk menciptakan nama merek produk yang inovatif dan tertarik untuk mendaftarkan perizinan usaha mereka guna memperluas pemasaran. membuat produk berhasil diterima dan mampu bersaing di pasaran. Selain itu dari hasil angket tersebut menyatakan bahwa sosialisasi tersebut berhasil, karena setelah adanya program tersebut proses produksi lebih sering dan beberapa masyarakat yang belum memiliki UMKM menjadi tertarik untuk memiliki usaha.

Saran setelah dilakukannya kegiatan sosialisasi ini adalah para pelaku UMKM diharapkan untuk segera mendaftarkan izin terakit usaha yang mereka jalankan agar produk yang diolahnya lebih aman dan terjamin mutunya. Dengan adanya hal tersebut juga perlu adanya bantuan dari pihak pemerintah desa untuk membantu para pelaku UMKM mengurus beberapa persyaratan untuk mendaftarkan produk UMKM agar lebih maksimal. Selain itu, para pelaku UMKM diharapkan untuk lebih kreatif dan inovatif membuat nama merek dan label untuk usaha mereka agar terlihat lebih menarik dan mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk yang mereka jual.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada tim LPPM Universitas Islam Balitar (UNISBA) yang telah merekomendasikan tempat pengabdian masyarakat ini kepada kami. Sosialisasi perizinan dan branding produk untuk UMKM di Desa Selokajang Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar sangat penting dilakukan guna memberdayakan para pelaku UMKM serta meningkatkan daya tarik dan nilai jual UMKM produk. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Kepala Desa Selokajang beserta jajaran perangkat Desa Selokajang yang telah menerima dan membantu mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) UNISBA dalam pengelolaan program sosialisasi perizinan

dan branding produk UMKM. Terima kasih kepada para pelaku UMKM di Desa Selokajang yang telah hadir dalam sosialisasi perizinan dan branding produk UMKM serta yang mendukung seluruh kegiatan dalam KKN.

DAFTAR PUSTAKA

- Basamalah, M. R., P, A. B., Mutmainah, A., Ramadhania, A., Ulya, H. L., Mariska, A., & Mayangsari, D. (2021). Sosialisasi Pemberdayaan Masyarakat Mengenai Strategi Branding dan Inovasi Produk Kripik Gadung Guna Meningkatkan Ekonomi Kreatif di Masa Pandemi. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(3), 210–215. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v2i3.13497>
- Fadilah, T. N., Fitriyani, Y., & Pudail, M. (2021). Sosialisasi Pembuatan NIB Kepada Pelaku UMKM di Dusun Kalangan, Candisari, Secang. *Khidmatan*, 1(2), 175–182.
- Hafni, R., & Rozali, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 15(2), 77–96. http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/1034/pdf_58
- Jupri, A., Prasedya, E. S., Rozi, T., Septianingrum, N., Difani, I., & Sarjoni. (2021). Pentingnya Izin PIRT terhadap UMKM di Kelurahan Rakam untuk Meningkatkan Pemasaran Produk. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(4), 162–166. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v3i2.1046>
- Komalasari, E., Widiawati, D., & Puteri, N. E. (2021). Pendampingan Pengurusan P-IRT UMKM Pangan di Desa Cikidang, Sukabumi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 3(1), 9–15. <https://doi.org/10.36722/jpm.v3i1.476>
- Malia, A., Wahyuni, S., Ernawita, & Maritalia, D. (2021). Sosialisasi Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) Bagi UMKM Pisang Salee. *RAMBIDEUN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 100–105. <https://doi.org/10.51179/pkm.v4i2.582>
- Putra, C. A., Aprilia, N. N., Sari, A. E. N., Wijdan, R. M., & Putri, A. R. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk

Pengembangan UMKM di Kelurahan Tlumpu Melalui Online Single Submission (OSS). *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 149–157.

<https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1397>

Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Fitriawati, D. (2019). Strategi Membangun Branding bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.

Wibowo, A. P. S. (2022). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Paska Berlakunya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. *Jurnal Budget*, 7(1), 76–95. <https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/jurnal-budget/public-file/jurnal-budget-public-14.pdf#page=90>

Yusli, Y. N., & Falahi, A. (2022). Sosialisasi Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing bagi UMKM di Desa Firdaus. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(11), 3109–3114.