

PENDAMPINGAN LEGALITAS USAHA DAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM MAKANAN DI KOTA BATU

Ike Arisanti¹ dan Novitasari Agus Saputri²

ikearisanti@umm.ac.id^{1*}

novitasariagus@umm.ac.id²

Universitas Muhammadiyah Malang, Jalan Raya Tlogomas 246 Kota Malang.^{1,2}

ABSTRACT

One of the MSMEs in Batu City is the food MSME in Torong Rejo Village, Batu City. Food processing MSMEs include fried brambang and cassava chips, which so far have not received information about licensing. so that it is difficult for MSME actors to get access to capital and marketing permits to develop their business so they tend to market their products without using a brand. Servants coordinate with partners, the results of the coordination carried out have the aim that all problems that arise can be resolved based on the needs of partners. The results of coordination with partners found several problems including: Limited facilities and infrastructure, this is because the capital owned by MSMEs is also very limited. The capital they have is only managed and developed in certain aspects so that other activities that have not been developed tend to be less competitive. For example, marketing activities that still tend to be conventional and product quality improvement through packaging improvements have not been carried out. The solutions offered by the service include, so that partners have optimal competitiveness, branding needs to be applied to partner products. In addition, with branding, it is certain that the public knows the partner's products well and this is one way to increase the income of partner products. First, Servants will provide assistance in making brand designs, packaging and digital marketing to partners.

Keyword : digital marketing, common legality, MSMEs, Mentoring

ABSTRAK

Salah satu UMKM yang ada di kota batu adalah umkm makanan yang berada didesa torong rejo kota batu, UMKM pengolahan makanan diantaranya brambang goreng dan keripik singkong yang selama ini kurang mendapatkan informasi mengenai perizinan. sehingga para pelaku UMKM tersebut sulit mendapatkan akses modal dan izin pemasaran untuk mengembangkan usahanya sehingga cenderung memasarkan produknya tanpa menggunakan merek. Pengabdi melakukan koordinasi dengan mitra, hasil koordinasi yang dilaksanakan memiliki tujuan agar semua masalah yang muncul dapat diselesaikan berdasarkan kebutuhan mitra. Hasil koordinasi dengan mitra menemukan beberapa masalah diantaranya : Sarana dan prasarana yang terbatas, hal ini dikarenakan modal yang dimiliki oleh UMKM juga sangat terbatas. Modal yang mereka miliki hanya dikelola dan dikembangkan pada aspek- aspek tertentu saja sehingga aktivitas lain yang belum dikembangkan cenderung kurang memiliki daya saing. Misalkan aktivitas pemasaran yang masih cenderung konvensional dan peningkatan kualitas produk melalui perbaikan kemasan belum dilakukan. Solusi yang

ditawarkan pengabdian antara lain agar mitra memiliki daya saing yang optimal maka branding perlu diberlakukan di produk mitra. Selain itu dengan branding sudah dipastikan masyarakat mengenal produk mitra dengan baik dan hal ini sebagai salah satu cara peningkatan pendapatan produk mitra. Pertama Pengabdian akan melakukan pendampingan pembuatan desain merek, kemasan dan digital marketing kepada mitra.

Keyword : digital marketing, legalitas usaha, UMKM, Pendampingan

PENDAHULUAN

Masyarakat Ekonomi Asean yang dihadapi negara-negara di ASEAN, adalah alasan yang mengharuskan pelaku UMKM kita untuk siap. Peningkatan kualitas produksi dengan adanya kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan usaha mutlak dilakukan. UMKM juga dituntut untuk mampu mempertahankan serta meningkatkan standar, desain dan kualitas produk agar sesuai agar dapat diterima oleh pasar secara global. Persaingan yang semakin ketat, dengan terbukanya pasar didalam negeri dan pasar global telah membuat pembinaan dan pengembangan UMKM dirasakan semakin mendesak agar UMKM dapat meningkatkan kemandirian mereka. Dengan tingkat kemandirian yang semakin meningkat diharapkan berimbas pula pada pendapatan masyarakat, membuka kesempatan kerja, dan memakmurkan masyarakat secara keseluruhan.

Kota Batu merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah UMKM terbesar di Indonesia yaitu sebesar Pertumbuhan sektor wisata, lanjut Endang, meningkat dengan pesat begitu pula terdongkraknya pertumbuhan sektor UMKM di Kota Batu. Jumlah UMKM di Kota Batu ada 23.544 usaha. Terdiri dari industri pengolahan 1047 UMKM, pertanian 9789 UMKM, Perdagangan (hotel dan restoran) 9431 UMKM, jasa transportasi 1004 UMKM, konstruksi 61 UMKM, jasa keuangan 139 UMKM, jasa lainnya 1994 UMKM

berdasarkan data Dinas Koperasi Kota Batu tahun 2020 (ppid.batukota.go.id). Kontribusi sektor UMKM terhadap PDRB Kota Batu sebesar 86,7 persen. Serapan tenaga kerja di sektor UMKM sebesar 45.477 orang (21,35 persen dari total penduduk Kota Batu sebesar 213 ribu jiwa).

Potensi pariwisata dan jumlah jumlah wisatawan yang terus meningkat akan berdampak langsung pada masyarakat Kota Batu sendiri. Hal ini akan nampak pada jumlah permintaan oleh- oleh wisatawan yang sebagian besar disediakan atau ditawarkan oleh masyarakat asli Kota Batu. Adapun kontribusi masyarakat Kota Batu dalam menyediakan oleh- oleh khas batu ini sangat mendukung hadirnya wisatawan yang membutuhkan buah tangan setelah berjalan- jalan atau berwisata ke Kota Batu. Sudah banyak Usaha Kecil Menengah yang didirikan oleh masyarakat Kota Batu. Hasil produksi mereka beragam, mulai dari makanan, minuman, pakaian, kerajinan tangan sampai dengan sayur dan buah-buahan. Jumlah UMKM yang ada di Kota Batu kian bertambah setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan potensi wisata yang ada di Kota Batu kian meningkat sehingga menarik perhatian masyarakat untuk mendirikan usaha guna memenuhi kebutuhan wisatawan berupa oleh- oleh. Pemerintah berharap semua UMKM yang ada di Indonesia memiliki legalitas usaha,

menurut pemerintah pentingnya UMKM memiliki legalitas usaha diantaranya adalah Menjadi badan usaha yang lebih kredibel (lebih mudah dipercaya oleh berbagai pihak selain itu memperluas akses-akses peluang pengembangan usaha.

Persoalan utama yang dihadapi UMKM, antara lain keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan. Dengan segala persoalan yang ada, potensi UMKM yang besar itu menjadi terhambat. Meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global namun pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan lebih berat. Hal itu dikarenakan selain dipengaruhi secara tidak langsung krisis global tadi, UMKM harus pula menghadapi persoalan domestik yang tidak kunjung terselesaikan seperti masalah upah buruh, ketenagakerjaan dan pungutan liar, modal, promosi yang minim, peralatan yang tidak memadai, dan lain-lain. Kuncoro (2009) mengungkapkan bahwa masalah dasar yang dihadapi UMKM adalah kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar, kelemahan dalam struktur permodalan, kelemahan dalam bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia, keterbatasan jaringan usaha kerja sama antar pengusaha kecil, iklim usaha yang kurang kondusif, pembinaan yang kurang terpadu serta kurangnya kepercayaan masyarakat dan kepedulian terhadap usaha kecil.

Salah satu UMKM yang ada di kota batu adalah umkm makanan yang berada didesa torong rejo kota batu, UMKM pengolahan makanan diantaranya brambang goreng dan keripik singkong yang selama ini kurang mendapatkan

informasi mengenai perizinan. UMKM makanan yang tergabung dalam kelompok dewi cendani memiliki keinginan untuk memperluas pangsa pasarnya dan memiliki legalitas usaha agar mudah dalam mendapatkan pendanaan dan memasarkan produknya. Ibu winarsih salah satu pemilik usaha brambang goreng menyampaikan bahwa para pelaku UMKM tersebut sulit mendapatkan akses modal dan izin pemasaran untuk mengembangkan usahanya sehingga cenderung memasarkan produknya tanpa menggunakan merek dagang. Ibu Siti Aminah sebagai salah satu mitra pengabdian juga mengungkapkan bahwa sarana dan prasarana yang terbatas karena modal yang dimiliki oleh UKMM juga sangat terbatas, sehingga ketika disurvei dari dinas perijinan tidak memenuhi syarat diterbitkannya PIRT. Mitra juga mengatakan modal yang mereka miliki hanya dikelola dan dikembangkan pada aspek- aspek tertentu saja sehingga aktivitas lain yang belum dikembangkan cenderung kurang memiliki daya saing. Misalkan aktivitas pemasaran yang masih cenderung konvensional dan peningkatan kualitas produk melalui perbaikan kemasan belum dilakukan. Keterbatasan informasi yang diterima oleh UMKM. Hal ini dikarenakan terbatasnya akses UMKM untuk menerima informasi dari pemerintah, serta belum memiliki legalitas usaha. Sehingga berdasarkan pada masalah yang disampaikan mitra kepada pengabdian, pengabdian yang akan dilakukan akan focus dalam pendampingan pengurusan legalitas usaha termasuk didalamnya membantu mitra dalam hal sarana dan prasarana sebagai salah satu kendala terbesar mitra, selanjutnya pengabdian juga akan memberikan pendampingan kepada mitra terkait dengan digital marketing.

METODE PELAKSANAAN

Solusi pemecahan masalah yang ditawarkan dalam Iptek bagi Masyarakat ini diharapkan mampu mengatasi beberapa masalah yang dialami oleh mitra. Hal ini dapat dilakukan tentunya harus dengan adanya kerjasama antara pengusul dan mitra yang baik. Untuk memecahkan masalah mitra solusi yang ditawarkan antara lain:

1. Melalui ceramah, pengusul melakukan pendampingan serta penjelasan mengenai pentingnya legalitas usaha bagi UKM agar memiliki daya saing yang optimal di pasar. Mitra diberikan wawasan mengenai pentingnya legalitas usaha.
2. Pendampingan pengurusan legalitas usaha, mulai dari kantor kelurahan, kecamatan dan ke balai kota Batu termasuk Pendampingan pembuatan desain merek dan kemasan.
3. Pendampingan Digital Marketing untuk memasarkan produk secara online.

HASIL dan PEMBAHASAN

Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh mitra yang masih terbatas, proses pengemasan juga masih menggunakan kemasan tanpa branding. Hal ini menjadi masalah tersendiri bagi mitra karena dengan kemasan tanpa branding maka dapat dipastikan produk mereka sulit untuk dikenal. Selain itu ada peluang produk mitra dikemas ulang oleh kompetitor sejenis yang memiliki merk atau brand tertentu yang sudah dikenal masyarakat. Maka dari itu pengusul memiliki pemikiran agar mitra memiliki daya saing yang optimal maka branding perlu diberlakukan di produk mitra. Selain itu

Partisipasi Mitra

Mitra memiliki partisipasi aktif dalam kegiatan Iptek bagi Masyarakat. Salah satunya adalah berkoordinasi dengan pengusul terkait masalah mitra yang dihadapi oleh mitra. Mitra memahami apa yang dibutuhkan atau permasalahan yang muncul dalam organisasinya sehingga koordinasi sangat penting dilakukan. Selain itu mitra juga memiliki partisipasi aktif dalam memberikan solusi atas masalah yang dihadapi. Hal ini penting dilakukan karena pada saat pengusul mengajukan solusi atas masalah yang dihadapi oleh mitra maka mitra harus memahami terlebih dahulu solusi yang diajukan oleh pengusul. Hal ini dikarenakan berkaitan dengan kemampuan mitra dalam melaksanakan serta mengaplikasikan solusi yang telah ditawarkan oleh pengusul. Selain itu mitra juga menyediakan tempat jika pengusul membutuhkan koordinasi langsung dengan mitra.

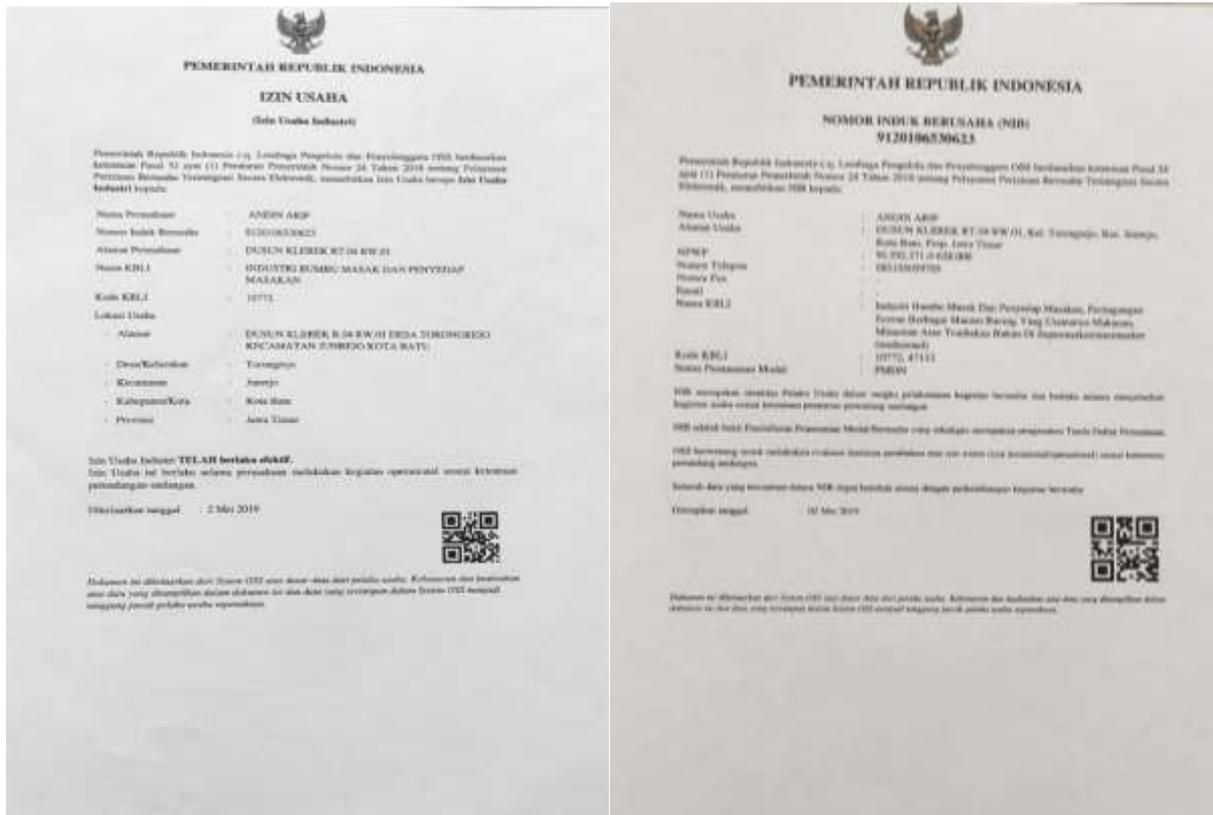
dengan branding sudah dipastikan masyarakat mengenal produk mitra dengan baik dan hal ini sebagai salah satu cara peningkatan pendapatan produk mitra. Pengabdian akan melakukan pendampingan pembuatan desain merek, kemasan dan digital marketing kepada mitra.

Proses branding memerlukan beberapa persyaratan diantaranya didalam branding memuat tentang beberapa hal, diantaranya merek produk, atau pangan Industri Rumah Tangga, serta komposisi produk. Adapun dari ketiga hal tersebut yang sudah dimiliki oleh mitra hanya merek produk saja selebihnya masih belum

dimiliki mitra maka dari itu branding masih belum bisa dilakukan. Pengusul memahami kondisi mitra yang belum mampu melaksanakan aktivitasnya secara maksimal khususnya dalam hal memasarkan hasil produksi sehingga memiliki daya saing dengan produk lain. Mitra tidak memiliki daya saing yang tinggi karena adanya keterbatasan oleh mitra. Maka dari itu pengusul bermaksud untuk mengembangkan daya saing mitra dengan cara pengurusan legalitas usaha agar produk mitra memiliki daya saing dengan produk yang lain. Legalitas Usaha: bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak berwenang atas penyelenggaraan suatu kegiatan usaha, termasuk usaha rumahan/kecil. Bagi pemerintah pengertian usaha dagang adalah suatu alat atau sarana untuk membina, mengarahkan, mengawasi dan menertibkan izin-izin usaha perdagangan. Agar kegiatan usaha lancar dan mampu bersaing dalam ranah lokal dan internasional, maka setiap pelaku usaha wajib untuk mengurus dan memiliki izin usaha dari instansi pemerintah yang sesuai dengan bidangnya. Pelaku usaha Imendapat banyak kesulitan dalam pengurusan legalitas usaha, seperti Surat Ijin Usaha Mikro Kecil (IUMK), Merk Dagang, SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan pengurusan sertifikasi Halal. Adapun kendala yang didapati yaitu kurang pengetahuan administrasi, tidak mengenal macam-macam legalitas usaha, tidak mengetahui manfaat dari legalitas usaha, dan kurangnya dana untuk mengajukan legalitas usaha. Setelah pengabdian selesai maka tim pengabdian akan melakukan evaluasi terkait keefektifan pendampingan legalitas usaha dan digital marketing yang dilakukan. Kerangka pemecahan masalah mitra dapat

digambarkan melalui gambar berikut : Pelaksanaan kegiatan pendampingan dilakukan dalam beberapa tahap. Tahapan yang pertama adalah tahap persiapan pelaksanaan dilanjutkan tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi pelaksanaan. Adapun pada tahap pertama yang dilakukan adalah melakukan design logo pada kemasan produk. Logo disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Kebutuhan mitra saat ini adalah memperluas pangsa pasar dengan tujuan untuk menambah pendapatan mitra. Perluasan pangsa dapat dilakukan dengan cara pemasaran yang baik salah satunya dengan cara mengemas produk dengan menarik. Hal ini dapat dilakukan oleh mitra karena beberapa persyaratan yang harus muncul dalam kemasan produk sudah dimiliki oleh mitra. Pada tahap awal pelaksanaan, tim pengabdian melakukan design logo yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Pada awalnya design logo sudah dibuat oleh pengabdian untuk persyaratan legalitas. Adapun design logo diperlukan saat pengabdian membantu mitra mendaftarkan legalitas usaha. Logo yang sudah dibuat ternyata masih belum memenuhi standar dan memenuhi kebutuhan mitra. Maka dari itu tim pengabdian perlu merubah design logo yang sudah tersedia.

Tahap selanjutnya adalah melakukan pendampingan kepada mitra untuk melakukan legalitas usaha mulai dari pendampingan pembuatan OSS hingga penerbitan nomor induk berusaha, selain itu kami juga melakukan pendampingan untuk mengurus IMB di PLUT. Langkah selanjutnya kami membuat akun marketplace shoopee kepada mitra agar mitra lebih dengan mudah memasarkan produknya dan memiliki pangsa pasar yang luas.



Sumber : pengabdi, 2021

Gambar 1. Output pendaftaran legalitas melalui OSS



Sumber : pengabdi, 2021

Gambar 2. Akun Marketplace UMKM Makanan di kota batu (andien arief)



Sumber : pengabdi, 2021

Gambar 3. Pendampingan oleh pengabdi ketika pengurusan legalitas usaha di among tani Batu



Sumber : Pengabdi, 2021

Gambar 4. Logo Merek Produk

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mitra sangat terbantu mitra sangat terbantu dengan adanya pengembangan strategi promosi dengan branding melalui platform e-commerce dan legalitas usaha. Terbukti dengan adanya suport oleh mitra kepada pengabdi dalam setiap penyelenggaraan

kegiatan, yaitu kegiatan pembuatan logo (brand) di UMKM Makanan Kota Batu. Harapan pengabdi bersama mitra dengan adanya kegiatan pengabdian tersebut kepada pelaku UMKM Makanan di Kota batu semakin dikenal masyarakat dan pangsa pasarnya lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Kuncoro, M. (2009). Ekonomi Indonesia: Dinamika Lingkungan Bisnis di Tengah Krisis Global. Yogyakarta: UPP STIM YKPN

ppid.batukota.go.id