

Peningkatan Kualitas Produk UMKM Kaidah Snack Melalui *Digital Marketing, Upgrading Kemasan, dan Legalitas Produk*

Improving The Quality of Snack MSME's Products Through Digital Marketing, Packaging Upgrading, and Product Legality

Suhaemi¹, Muhamad Ichsan², Neli Suryani Putri³

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol. Ciawi No.1, Kotak Pos 35 Bogor 16720 , e-mail: suhaemidemonh@gmail.com

²Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Agama Islam Dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol. Ciawi No.1, Kotak Pos 35 Bogor 16720

³Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Agama Islam Dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol. Ciawi No.1, Kotak Pos 35 Bogor 16720

(Diterima: 11-01-2024; Ditelaah: 11-03-2024; Disetujui: 05-04-2024)

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha atau bisnis yang berskala lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. UMKM memiliki peran penting sebagai mesin perekonomian negara yang berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi lokal dan inovasi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi dan mengembangkan UMKM di Desa Cipambuan, salah satunya UMKM Kaidah Snack. Metode yang digunakan adalah observasi melalui analisis dan wawancara tidak terstruktur. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa permasalahan-permasalahan yang terjadi di UMKM Kaidah Snack dapat diatasi dengan pemecahan solusi. Adanya pengembangan kualitas produk Kaidah Snack, seperti diversifikasi kemasan produk, pendampingan legalitas usaha dan pengembangan pemasaran digital. Diversifikasi kemasan produk dengan menggunakan kemasan pouch. Penggunaan kemasan pouch sangat memberikan kemudahan pada konsumen karena ukuran yang efisien sehingga harga dikeluarkan tidak besar baik oleh produsen maupun konsumen. Perkembangan UMKM Kaidah Snack memerlukan perizinan usaha untuk membuktikan operasional yang masih berjalan sehingga membutuhkan pendampingan mengenai pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi kehalalan produk. Pemanfaatan media sosial oleh Kaidah Snack akan memberikan dampak keuntungan bagi produk. Sehingga mendasari Kaidah Snack untuk ikut serta dalam persaingan bisnis di media sosial agar para pelaku bisnis dapat terus berkembang dan meningkatkan penjualan. Dengan demikian, adanya kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan nilai pasar Kaidah Snack dan mampu bersaing dengan kompetitor yang lainnya.

Kata kunci: *Kemasan Produk, Legalitas Usaha, Pemasaran Digital, UMKM*

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are business activities or businesses that are smaller in scale compared to large companies. MSMEs have an important role as the country's economic engine which contributes to job creation, local economic growth and innovation. This service activity aims to assist and develop MSMEs in Cipambuan Village, one of which is Snack Kaidah MSMEs. The method used is observation through analysis and unstructured interviews. The results of the activity show that the problems that occur in Snack Kaidah MSMEs can be overcome by solving solutions. There is development of the quality of Kaidah Snack products, such as diversification of product packaging, assistance with business legality and development of digital marketing. Diversify product packaging by using pouch packaging. The use of pouch packaging really provides convenience for consumers because of its efficient size so that the price paid is not large for both producers and consumers. The development of MSME Snack Rules requires business licensing to prove ongoing operations, so it requires assistance regarding registration of Business Identification Numbers (NIB) and product halal certification. Kaidah Snack's use of social media will have a profitable impact on the product. So that underlies the Snack Rule to participate in business competition on social media so that

business people can continue to develop and increase sales. Thus, it is hoped that this activity will be able to increase the market value of Snack Rules and be able to compete with other competitors.

Keywords: *Product Packaging, Business Legality, Digital Marketing, MSMEs*

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran dalam penyebaran hasil pembangunan. Hingga saat ini, UMKM telah memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Putra, 2018). Dengan demikian, peranan penting UMKM dalam pertumbuhan ekonomi masih dihadapkan dengan berbagai permasalahan. Permasalahan yang sering dijumpai, yaitu kurangnya pemahaman pelaku UMKM dalam mengembangkan produknya, minimnya inovasi, pemasaran yang kurang maksimal, legalitas dan identitas produk yang tidak lengkap, dan sebagainya. Permasalahan UMKM dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa terdapat beberapa permasalahan dasar UMKM yaitu permodalan, produksi atau pengolahan, perizinan usaha, pemasaran, dan sumber daya manusia.

Pada masa sekarang, dimana kemasan memiliki peranan penting dalam keberlangsungan usaha. Selain menjadi pelindung dalam produk, kemasan juga sebagai pemikat konsumen. Pembuatan desain kemasan yang menarik akan memberikan daya tarik yang lebih terhadap konsumen. Tujuan dari kemasan yang menarik akan memberikan pertimbangan bagi konsumen dengan melihat wadah dari produk tersebut (Barusman, et al., 2023).

Peningkatan kualitas produk dilakukan dengan cara mengembangkan nilai tambah UMKM tersebut (Tunggal et al., 2022). Penguatan pada suatu produk sangat diperlukan sehingga meningkatkan nilai ekonomis pada masyarakat. Permasalahan tentang legalitas usaha memiliki tingkat urgensi paling tinggi, karena berfungsi sebagai alat izin edar suatu produk dan pengesahan sebuah usaha oleh Pemerintah (Prastiwi et al., 2022). Berdasarkan pemetaan masalah UMKM Kaidah Snack di Desa Cipambuan belum memiliki izin usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB). Dari sisi pemasaran digital Kaidah Snack masih sederhana dilakukan secara pemasaran offline. Pemasaran offline ini masih kurang menambah nilai penjualan produk. Lingkup pemasaran offline masih sedikit untuk dijangkau dan sempit. Dengan semakin berkembangnya teknologi, tentunya semakin banyak yang ingin memanfaatkan media informasi sebagai sarana pendukung aktivitas usaha salah satunya media sosial. Pemanfaatan media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi dalam kehidupan bisnis. Di sisi lain, calon konsumen juga dapat mencari dan memperoleh informasi produk hanya dengan browsing di Internet (Karim et al., 2022).

Babakan Madang merupakan salah satu sebuah kecamatan di Kabupaten Bogor. Kecamatan Babakan Madang memiliki 9 kelurahan/desa, salah satunya Desa Cipambuan. Desa Cipambuan merupakan desa yang berada di Barat Kota Kecamatan Babakan Madang. Potensi Desa Cipambuan terdapat dibidang pertanian dan pariwisata, mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai petani. Masyarakat Desa Cipambuan

memanfaatkan letak wilayah yang strategis dengan menjadi pengusaha rumahan. Akan tetapi, pengusaha-pengusaha ini masih memiliki kendala dalam mengembangkan usahanya, salah satunya pengusaha Kaidah Snack milik Bapak Wawan Solihat. Permasalahan utama UMKM di Desa Cipambuan adalah minimnya pengetahuan terhadap legalitas dan perizinan usaha, pembaharuan kemasan serta pemasaran produk yang belum luas.

Pada dasarnya produk Kaidah Snack menghadapi permasalahan terkait keterampilan pelaku usaha dalam pengembangan produk dan legalitas produk. Keterampilan pelaku usaha tersebut harus memiliki inovasi terhadap produknya seperti pembaharuan kemasan, perluasan lingkup pemasaran, dan perizinan usaha sehingga memiliki administrasi legalitas usaha. Dengan permasalahan tersebut perlu adanya pemecahan solusi agar UMKM tersebut dapat berkembang dan bersaing di era teknologi.

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha Kaidah Snack milik bapak Wawan Solihat adalah mengenai pembaharuan kemasan, perluasan pemasaran dan legalitas produk. Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis memberikan solusi yang dapat digunakan untuk memecahkan permasalahan tersebut. Solusi tersebut memberikan peningkatan pengetahuan melalui pendampingan pelaku UMKM terhadap perizinan berusaha, pembaharuan kemasan dan strategi pemasaran digital. Sehingga pelaku UMKM dapat meningkatkan dan mengembangkan produknya.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode observasi dan sosialisasi. Metode Observasi merupakan suatu metode pengumpulan data dimana peneliti terjun langsung kelapangan, kemudian mengamati gejala-gejala yang ditelitinya, setelah itu peneliti dapat menguraikan permasalahan yang timbul (Sahir, 2021). Pada observasi ini penulis melakukan observasi di Desa Cipambuan khususnya pelaku UMKM setempat. Kegiatan observasi ini diklasifikasikan ke dalam beberapa tahapan pemecahan masalah. Adapun tahapan-tahapan dalam mengatasi masalah sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan metode

- a. Tahap mengidentifikasi masalah, hasil dari kegiatan observasi UMKM di Desa Cipambuan. Ditemukan permasalahan pada UMKM yang dimiliki oleh Bapak Wawan Solihat yang bernama Kaidah Snack. Kaidah Snack terletak di Kp.

Cipambuan RT 03 RW 03 Desa Cipambuan. Identifikasi masalah dilakukan dengan analisis dan wawancara tidak struktur. Adapun narasumber dari kegiatan ini adalah Bapak Wawan Solihat selaku pemilik UMKM Kaidah Snack. Hasil dari kegiatan tersebut ditemukan permasalahan bahwa Brand Kaidah Snack belum memiliki perizinan usaha, perlu adanya pembaharuan kemasan dan kurangnya memanfaatkan pemasaran digital.

- b. Tahap perumusan solusi, diperlukan pendampingan dalam meningkatkan kapasitas dan meningkatkan kualitas produk Kaidah Snack. Sehingga produk Kaidah Snack mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.
- c. Tahap pelaksanaan solusi, penulis dan tim melaksanakan pendampingan produk Kaidah Snack dilaksanakan di rumah Bapak Wawan Solihat selaku pemilik usaha tersebut.

HASIL & PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan di Desa Cipambuan Kecamatan Babakan Madang Provinsi Jawa Barat. Pada pelaksanaan penguatan UMKM ini penulis kesempatan untuk melakukan pendampingan kepada Kaidah Snack milik Bapak Wawan Solihat. Waktu pelaksanaan program ini dimulai pada tanggal 28 Juli s/d 16 Agustus 2023. Tujuan pendampingan adalah untuk meningkatkan dan mengembangkan kapasitas produk UMKM. Program ini dilaksanakan dengan perencanaan yang matang dan berstruktur, berikut ini jadwal kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat:

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pengabdian

No.	Kegiatan	Waktu	Keterangan
1.	Survey & perencanaan Pelaku UMKM	Jum'at, 28 Juli 2023	Terlaksana
2.	Pendampingan izin usaha	Jum'at, 4 Agustus 2023	Terlaksana
3.	Pendampingan sertifikasi halal	Jum'at, 11 Agustus 2023	Terlaksana
4.	Produksi Keripik Sentul dan Gabin	Rabu, 16 Agustus 2023	Terlaksana
5.	Pemahaman pemasaran digital dan inovasi kemasan	Senin, 14 Agustus 2023	Terlaksana

Adapun hasil dari program penguatan UMKM Kaidah Snack dalam meningkatkan kapasitasnya sebagai berikut:

1. Sharing Session dan Edukasi

Desa Cipambuan memiliki potensi dalam pengembangan UMKM, salah satunya UMKM Kaidah Snack. UMKM Kaidah Snack masih perlu banyak perhatian lagi dan perlu ditingkatkan kapasitas produk. Salah satunya dengan dibuatnya pengembangan dan pendampingan dalam meningkatkan *branding* produk Kaidah

Snack di Desa Cipambuan. Selain itu, penulis dan tim memberikan edukasi kepada pelaku usaha Kaidah Snack mengenai penguatan UMKM Kaidah Snack agar mampu bertahan dan bersaing dengan kompetitor lainnya. Penulis memberikan pemahaman mengenai penguatan *Branding* produk, perlunya izin usaha, pembaharuan kemasan dan pemasaran digital. Sehingga dapat meningkatkan kapasitas serta kualitas produk Kaidah Snack dan memiliki nilai ekonomis

2. Legalitas Produk Kaidah Snack

Berdasarkan hasil dari observasi Kaidah Snack memiliki persoalan legalitas usaha. Penulis melakukan pendampingan mengenai pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi kehalalan produk. Salah satu perizinan dalam sebuah usaha adalah Nomor Induk Berusaha. NIB dapat membantu para pelaku usaha dalam mengajukan izin usaha dan izin komersial atau operasional (Mas'udah et al., 2022). Manfaat pelaku usaha memiliki NIB diakuinya produk dengan legal dan memudahkan penanganan hal-hal yang berkaitan dengan bidang administrasi. Selain mendaftarkan nomor induk berusaha, penulis melakukan pengajuan sertifikasi halal produk agar mendapatkan logo halal pada produk Kaidah Snack. Adapun proses pendampingan dalam mengajukan sertifikasi kehalalan produk melalui aplikasi/website SiHalal.

3. Media Pemasaran Produk

Media pemasaran produk merupakan salah satu strategi pemasaran yang menggunakan berbagai jenis media. Memanfaatkan media internet disebut dengan *internet marketing* atau *electronic marketing (e-marketing)* (Mas'udah et al., 2022). Tujuan menggunakan media sebagai strategi pemasaran untuk menciptakan suasana agar menarik perhatian konsumen dan mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Pesatnya perkembangan media sosial menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelaku UMKM menggunakannya sebagai alat periklanan media yang efektif dan efisien. Masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi terkini melalui media sosial. Hal inilah yang mendasari Kaidah Snack untuk ikut serta dalam persaingan bisnis di media sosial agar para pelaku bisnis bisa merintis dapat terus berkembang dan meningkatkan penjualan. Pemanfaatan media sosial oleh Kaidah Snack akan memberikan dampak keuntungan bagi produk.

4. Peningkatan Kualitas Kemasan

Pada proses kegiatan inovasi kemasan, menyarankan kepada pemilik Kaidah Snack untuk melakukan pembaharuan terhadap kemasan. Dalam kegiatan ini, model kemasan yang digunakan untuk keripik sentul berbentuk kemasan pouch. Pada kemasan pouch di tempeli dengan stiker logo nama usaha dengan warna yang menarik. Keuntungan menggunakan kemasan pouch memiliki keunikan sendiri, dan akan lebih mudah menarik perhatian konsumen. Penggunaan kemasan pouch sangat memberikan kemudahan pada konsumen karena ukuran yang efisien sehingga harga dikeluarkan tidak besar baik oleh produsen maupun konsumen. Selain pembaharuan kemasan untuk produk keripik sentul,

pembaharuan kemasan juga terdapat di produk kue gabin. Dimana kemasan yang digunakan sebelumnya menggunakan kemasan plastik tipis. Pada proses pembaharuan kemasan kue gabin menggunakan paper box yang harganya sangat terjangkau. Sehingga memiliki keunikan dan dapat menarik perhatian para konsumen.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Desa Cipambuan Kecamatan Babakan Madang Kabupaten Bogor. Adanya kegiatan PKM mampu meningkatkan dan mengembangkan potensi Desa Cipambuan. Pelaksanaan PKM ini salah satunya penguatan UMKM di Desa Cipambuan melalui peningkatan kapasitas produk dengan pengembangan produk, pembaharuan kemasan, perizinan, dan pemasaran digital. Dalam kegiatan pendampingan peningkatan kapasitas UMKM melakukan pembaharuan kemasan, mendorong dan menekankan pelaku usaha untuk memiliki izin usaha serta pemasaran digital. Kegiatan pendampingan peningkatan kapasitas UMKM diharapkan menjadi solusi untuk mensejahterakan pelaku UMKM dan meningkatkan daya tarik konsumen melalui pemanfaatan pangsa pasar yang maksimal melalui berbagai upaya yang direncanakan. Sehingga produk-produk UMKM Kaidah Snack dapat bersaing dengan kompetitor yang lain serta dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Barusman, A.R.P., Barusman, T.M., Redaputri, A.P., Hakim, L., Poyo, M. D. (2023). Upgrading packaging UMKM produsen gula semut di Desa Sendang Baru, Lampung Tengah. *Jurnal Pengabdian UMKL*, 2(1), 8–14.
- Lady Rara Prastiwi, I., Hariyoko, Y., & Puspitaning Ayodya, B. (2022). Pendampingan Pengurusan Perizinan Berusaha Dalam Rangka Pengembangan Umkm Desa Pekarungan. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 1(1). <https://conference.untagsby.ac.id/index.php/spm/article/view/75>
- Mas'udah, K. W., Wuryandari, Y., Nathania, Y., Andriani, N., Zhalsabilla, R. Y., Zakqy, N., & Pratama, P. (2022). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Branding dan Legalitas di Desa Pulosari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 2022.
- Putra, A. H. (2018). Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Tunggal, A. R., Darmaningrum, K., & Fajri, R. N. (2022). Peningkatan Daya Saing Umkm Batik Tulis Lasem Mustika Canting Melalui Upgrading Produk Dan Digital Marketing. *Al-Khidmat*, 5(2), 82–88. <https://doi.org/10.15575/jak.v5i2.19856>