

Strengthening MSME Products Through Legal Compliance, Brand Management, and Improved Packaging Design

Penguatan Produk UMKM Melalui Pemenuhan Unsur Legalitas, Manajemen Merek, dan Perbaikan Desain Kemasan

Ikhlasul Amallynda^{*1}, Muhamad Lukman², Annisa Kesy Garside³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Malang

³Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang

*e-mail: ikhlasulamallynda@umm.ac.id¹

Abstract

The Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) program is aimed at MSME business actors who receive assistance from the Malang district PDA, particularly those in the Lawang sub-district and its surroundings. Currently, business actors are in the pre-startup (8.4%) and start-up (32.7%) stages. This means that many small microbusinesses have only recently begun or restarted operations following the COVID-19 pandemic. MSME actors face a variety of challenges, including difficulties in competing in the market, unfamiliarity with brand management and e-commerce strategies, a lack of MSME product legality permits, and a lack of good packaging label design. As a result, the opportunity for MSMEs to enter online and offline markets is being overlooked because industrial product quality cannot be separated from brand image and legal permits. The service program includes several activities, including dissemination of industrial product legality and standardization, assistance in submitting permits for the standard legality of industrial products, and assistance in creating product label and packaging designs. A pretest and posttest were used to assess participants' increased understanding of business legality, brand management, and packaging design. The posttest results revealed a 25% rise, particularly in terms of business legitimacy, while there were still issues in adopting brand-based marketing designs and tactics. These data indicate that the mentorship program is beneficial, although additional training is required.

Keywords: MSME Product Strengthening, Industrial Product Legality Standards, Brand Management, Label and packaging design

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ditujukan pada pelaku usaha UMKM binaan PDA kabupaten Malang, khususnya yang berada di kecamatan Lawang dan sekitarnya. Dimana, saat ini pelaku usaha berada dalam fase pre-start up (8.4%) dan start-up (32.7%). Artinya, banyak sekali usaha mikro kecil yang baru memulai dan memulai kembali usaha pasca pandemi COVID-19. Beberapa masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM diantaranya: kesulitan dalam menghadapi persaingan pasar, awam tentang manajemen merek dan strategi e-commerce, belum memiliki izin legalitas produk UMKM, serta belum memiliki desain label kemasan yang baik. Akibatnya peluang UMKM untuk masuk ke pasar online maupun offline menjadi terabaikan karena kualitas produk industri tidak bisa terlepas dari citra merek dan izin legalitas. Program pengabdian terdiri dari beberapa kegiatan, yakni: sosialisasi legalitas dan standarisasi produk industri, pendampingan dalam pengajuan izin legalitas standar produk industri, dan pendampingan dalam pembuatan desain label dan kemasan produk. Untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman peserta mengenai legalitas usaha, pengelolaan merek, dan desain kemasan, dilakukan pretest dan posttest. Hasil posttest menunjukkan peningkatan signifikan sebesar 25%, terutama dalam aspek legalitas usaha, meskipun masih ada tantangan dalam penerapan desain dan strategi pemasaran berbasis merek. Temuan ini menunjukkan efektivitas program pendampingan, namun pelatihan lanjutan masih diperlukan.

Kata kunci: Penguatan Produk UMKM, Standar Legalitas Produk Industri, Manajemen Merek, Desain Label dan Kemasan.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang

telah memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2008. Dalam beberapa tahun terakhir, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian, penggerak vital pertumbuhan ekonomi nasional, dan sebagai wadah pengebangan sosial-ekonomi masyarakat. Terbukti, UMKM telah menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia hingga 61,9% dalam lima tahun terakhir. Terlebih, UMKM juga berperan dalam meningkatkan jumlah lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pengentasan rakyat dari kemiskinan, pembangunan daerah serta menciptakan struktur perekonomian nasional yang seimbang dan adil. Perkembangan UMKM Indonesia sempat terhambat sejak berlakunya aturan pembatasan kegiatan sosial di masa pandemi COVID-19. Kondisi pandemi membawa efek buruk bagi pelaku usaha, terutama pelaku UMKM. Hasil survei pusat penelitian ekonomi LIPI tahun 2020 menunjukkan bahwa 94,69% usaha mengalami penurunan penjualan. Dimana penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh para pelaku UMKM, terutama di sektor pengolahan, penyediaan akomodasi, makanan minuman, dan perdagangan. Di sisi produksi, tekanan UMKM terbesar berasal dari kenaikan biaya dan kelangkaan bahan baku. Penurunan penjualan yang signifikan ini menyebabkan banyak dari para pelaku usaha terpaksa gulung tikar lantaran tidak adanya pemasukan untuk memenuhi kebutuhan selama pandemi.

Melihat situasi tersebut, pemerintah Indonesia telah mengambil langkah-langkah strategis untuk mendukung pertumbuhan sektor UMKM melalui berbagai kebijakan, termasuk akses pendanaan, penyediaan sarana dan prasarana, penyebaran informasi usaha, penguatan kemitraan, perizinan usaha, peluang usaha, promosi dagang, dan dukungan kelembagaan. Namun, meskipun berbagai inisiatif telah diluncurkan, masalah seperti legalitas atau perizinan, keterbatasan modal, manajemen yang kurang efektif, penerapan teknologi yang minim, dan tantangan pemasaran masih menjadi hambatan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Akibatnya, produktivitas dan daya saing produk UMKM di pasar masih tergolong rendah. Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah terus berupaya memperkuat sektor UMKM dengan mengimplementasikan berbagai program, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang menyediakan pembiayaan dengan bunga rendah, serta pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan teknis para pelaku UMKM. Selain itu, penerapan teknologi digital juga menjadi fokus, dengan mendorong UMKM untuk bertransformasi ke platform e-commerce guna menjangkau pasar yang lebih luas. Meskipun menghadapi tantangan tersebut, Menteri Koperasi dan UKM (MenkopUKM) telah mengonfirmasi bahwa pada tahun 2022, sektor UMKM siap untuk bangkit kembali setelah terpuak oleh pandemi COVID-19. Hal ini didukung oleh pelanggaran kebijakan pemerintah terkait protokol kesehatan, serta dukungan penuh dari pemerintah untuk menghidupkan kembali UMKM pasca-pandemi. Perbaikan ekonomi mulai terlihat dengan beroperasinya kembali pusat-pusat ekonomi dan destinasi wisata, yang menunjukkan tanda-tanda pemulihan. Ini adalah peluang emas bagi para pelaku usaha untuk tidak hanya memulai kembali bisnis mereka tetapi juga untuk memperluas dan mengembangkan usaha mereka di tengah momentum pemulihan ekonomi yang sedang berlangsung.

Pimpinan Daerah 'Aisyiyah (PDA) adalah pimpinan organisasi tertinggi dalam wilayah tingkat kabupaten/kota. Saat ini PDA kabupaten Malang membawahi 26 cabang (PCA) dan 116 ranting (PRA) 'Aisyiyah. Di bidang ekonomi, PDA kabupaten Malang telah melakukan upaya-upaya pembinaan kesejahteraan ekonomi keluarga melalui beberapa amal usaha, antara lain berupa pembentukan koperasi BUEKA As Sakinah, bimbingan dan penyuluhan pengaturan ekonomi keluarga, pembinaan manajemen usaha, pembentukan usaha catering Aisy, pembentukan jaringan usaha, dan pembentukan Ikatan Pengusaha 'Aisyiyah (IPAS). IPAS merupakan wadah bagi para pelaku usaha 'Aisyiyah untuk mengembangkan usaha, melakukan sinergi dan perluasan jaringan usaha, serta meningkatkan daya saing usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi global. Saat ini IPAS kabupaten Malang telah beranggotakan lebih dari 71 koordinator Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tersebar di seluruh PCA dan PRA kabupaten Malang. Selain itu, PDA kabupaten Malang juga memiliki sebuah divisi khusus Kewirausahaan yang telah membina lebih dari 500 UMKM milik anggota 'Aisyiyah se kabupaten Malang. Berdasarkan data jumlah anggota IPAS PDA kabupaten Malang yang tersebar di 26 kecamatan, diketahui bahwa 14,8% UMKM binaan berada di lingkungan PCA Dau, 13,4% PCA

Lawang, 10.8% PCA Kepanjen, 7.1% PCA Pakisaji, 6.6% PCA pakis, dan seterusnya. Kemudian jika ditinjau dari lima fase bisnis UMKM (pre-start up, start up, survival, growth, dan mature), PCA Lawang memiliki persentase tertinggi dari jumlah UMKM yang berada pada fase pre-start up (8.4%) dan start-up (32.7%). Artinya, saat ini banyak sekali usaha – usaha mikro kecil yang akan dan sudah memulai usaha di lingkungan PCA Lawang.

Salah satu tantangan utama yang sering dihadapi oleh mayoritas pelaku UMKM binaan adalah kesulitan dalam bersaing di pasar. Persaingan pasar semakin ketat di era globalisasi dan ekonomi digital. Setiap bisnis berusaha keras untuk menarik perhatian konsumen. Kemajuan teknologi telah berhasil mentransformasi model perdagangan tradisional yang dulunya abstrak menjadi lebih sempurna, universal, dan mampu melintasi batas ruang dan waktu. Dalam pelaksanaannya, strategi pemasaran harus terus diperbarui sesuai tren, agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam periode tertentu. Termasuk di era digital saat ini, semua jenis usaha, baik besar maupun kecil, memerlukan strategi pemasaran sebagai landasan aktivitas pemasaran mereka. Strategi pemasaran tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga penting untuk membangun branding produk atau jasa (Opan Arifudin et al., 2020).

Kondisi pandemi COVID-19 menjadi efek buruk bagi pelaku usaha, karena daya beli masyarakat menurun. Efek dari kondisi ini berkali-kali lipat dirasakan oleh pelaku UMKM. Lebih dari 92% anggota IPAS PCA Lawang mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan pasar dan penurunan volume penjualan selama pandemi Covid-19. Keputusan untuk vakum atau malah tutup usaha sampai batas waktu yang tidak bisa ditentukan juga bukanlah keputusan tepat dikala berbagai kebutuhan di tengah pandemi justru meningkat. Sehingga, solusi yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah dengan melakukan branding atau meningkatkan kesadaran merek di tengah masyarakat (Amallynda & Kusuma Dewi, 2021). Namun, kebanyakan UMKM memulai memasarkan produk tanpa memiliki brand atau merek (Candra Ningsih et al., 2020). Hal dibuktikan dengan hasil survey awal yang telah dilakukan oleh Tim Pengabdi, dimana lebih dari 60% pengusaha start-up di lingkungan PCA Lawang belum memiliki brand atau merek dagang. Lebih dari 80% diantaranya belum memiliki desain label dan kemasan yang baik dan menarik sesuai standar yang berlaku. Padahal adanya merek membuat pelaku usaha menjadi lebih mudah dalam memasarkan produknya.

Di era digital, berbagai aktivitas dapat dengan mudah dilakukan dengan kecanggihan teknologi, bahkan kebutuhan pun bisa dicari melalui digital. Sebagai pelaku bisnis, salah satu hal yang terpenting adalah dengan melakukan pemasaran. Karena pemasaran merupakan sebuah proses dalam membidik konsumen mulai dari iklan hingga proses penjualan yang menyeluruh. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan akses internet, para pelaku usaha dapat melakukan pemasaran dan penjualan produk secara online sehingga dapat menjangkau pasar lebih luas. Sayangnya, kesempatan ini belum sepenuhnya dapat dilakukan oleh pelaku UMKM karena belum memiliki izin berusaha yang resmi. Lebih dari 70% pelaku usaha start-up level mikro kecil di lingkungan PCA Lawang belum memiliki legalitas usaha seperti: Nomor Izin Berusaha (NIB), Izin Usaha Mikro Menengah (IUMK), Izin Usaha Industri (IUI), Tanda Daftar Industri (TDI), Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dan Sertifikat Halal. Banyak dari pelaku usaha yang enggan mengurus legalitas usaha tersebut dengan berbagai alasan. Akibatnya UMKM mengalami kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar, dan peluang – peluang untuk masuk ke pasar *online* maupun *offline* menjadi terabaikan karena kualitas produk industri tidak bisa terlepas dari izin legalitas. Disamping itu fase pre-start up dan start-up, UMKM sangat memerlukan berbagai dukungan untuk dapat mengembangkan usahanya, baik dalam bentuk kegiatan pembekalan, pendampingan maupun akses permodalan.

Berdasarkan uraian diatas, maka tim pengabdi berinisiasi untuk melakukan beberapa rangkaian kegiatan dalam program Penguatan Produk UMKM Melalui Pemenuhan Unsur Legalitas, Manajemen Merek, dan Perbaikan Desain Kemasan, yang terdiri dari kegiatan sosialisasi dan pendampingan bagi anggota IPAS PCA Lawang.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terbagi menjadi dua tahap utama, yaitu pembinaan dan pendampingan, dengan tujuan memperkuat produk UMKM melalui pemenuhan unsur legalitas, manajemen merek, dan perbaikan desain kemasan. Tahap pembinaan dilakukan melalui sosialisasi terkait legalitas dan standarisasi produk industri bagi UMKM pada level pre-startup dan startup di lingkungan PCA Lawang. Selanjutnya, tahap pendampingan difokuskan pada proses pengajuan legalitas standar produk industri serta pembuatan desain label dan kemasan produk.

Di awal kegiatan, *Pretest* dilakukan sebelum sosialisasi untuk mengukur pemahaman awal peserta mengenai legalitas usaha, pengelolaan merek, dan desain kemasan produk. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner semi terbuka, yang bertujuan untuk mengukur pengetahuan dasar serta menggali persepsi dan tantangan yang dihadapi peserta. Peserta diberikan waktu yang cukup untuk menjawab kuesioner secara mandiri tanpa intervensi, sehingga jawaban yang diberikan mencerminkan pengetahuan awal mereka secara objektif. Hasil pretest kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi kebutuhan dan merancang kegiatan pendampingan yang relevan, guna memastikan pelatihan lebih efektif dan tepat sasaran. Sedangkan *posttest* dilaksanakan setelah kegiatan selesai untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan. Instrumen yang digunakan serupa dengan pretest, memungkinkan perbandingan langsung antara hasil awal dan akhir. Analisis hasil posttest berfokus pada peningkatan skor dan mengidentifikasi area yang masih memerlukan penguatan, sehingga hasilnya dapat menjadi dasar untuk merancang program pendampingan lanjutan.

Metode pelaksanaan dan partisipasi mitra pengabdian dalam pelaksanaan program yang terkait dengan solusi yang ditawarkan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan dan Partisipasi Mitra

Program	Metode Pelaksanaan	Partisipasi Mitra	UMKM Partisipan
Sosialisasi legalitas dan standarisasi produk industri	Adapun topik materi yang disampaikan: 1. Manajemen merek dan strategi e-commerce - Pentingnya merek untuk produk UMKM - Manajemen merek, strategi dan contoh 2. Standar legalitas produk UMKM: - Macam – macam izin legalitas dan standar izin resmi yang wajib dipenuhi para pelaku UKM. - Syarat, berkas kelengkapan, dan alur pengajuan izin legalitas - Pentingnya pendaftaran merek dagang bagi UMKM (HKI) 3. Standard label dan kemasan produk UMKM	1. Mitra pengabdian (PDA Kab. Malang) membantu persiapan kegiatan secara teknis: menyediakan tempat/peralatan, menyebarkan undangan dan membantu mengkoordinir pembelian konsumsi untuk panitia dan partisipan	1. Terlibat aktif dalam sesi diskusi
Pendampingan dalam pengurusan izin berusaha standar produk industri	1. Diskusi dengan pelaku usaha secara personal mengenai syarat dan berkas kelengkapan untuk pengajuan izin (sesuai kebutuhan) 2. Mengumpulkan berkas persyaratan secara kolektif 3. Membantu pengajuan berkas ke dinas terkait	1. Mitra pengabdian membantu proses koordinasi dengan pihak UMKM	1. UMKM bersedia untuk memberikan data-data yang valid sesuai dengan syarat permohonan izin legalitas. 2. UMKM kooperatif selama proses persiapan dan pengajuan berkas izin legalitas.
Pendampingan dalam pembuatan desain label dan kemasan produk	1. Diskusi dengan pelaku usaha secara personal mengenai kebutuhan produk, ide desain logo dan label kemasan, dan konten yang akan dimuat	1. Mitra pengabdian membantu proses koordinasi dengan pihak UMK.	1. UMK berperan aktif dalam menyediakan data dan informasi produk (misal: komposisi, exp date, dsb).

2. Pembuatan desain logo dan label kemasan yang memenuhi standar yang berlaku	2. UMK berkontribusi dalam memberikan ide-ide kreatif untuk desain label dan kemasan produknya.
---	---

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Malang dengan memberikan penekanan pada aspek legalitas usaha, standarisasi produk, manajemen merek, dan desain kemasan. Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia, khususnya di Kabupaten Malang, adalah rendahnya tingkat pemahaman serta kepatuhan terhadap regulasi legalitas usaha dan standar produk industri. Kondisi ini sering menjadi penghalang bagi pelaku usaha dalam mengakses pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, pelaku UMKM kerap mengalami hambatan dalam membangun identitas merek yang kuat serta menciptakan desain kemasan produk yang menarik dan sesuai regulasi.

Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, Tim P2TR merancang serangkaian kegiatan yang meliputi sosialisasi dan pendampingan. Sosialisasi ditujukan untuk memberikan pemahaman komprehensif kepada pelaku UMKM terkait pentingnya legalitas usaha, sertifikasi, dan standarisasi produk. Kegiatan ini juga bertujuan meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap manfaat legalitas, seperti perlindungan hukum, peningkatan kualitas produk, dan akses pembiayaan dari pemerintah. Sementara itu, pendampingan dirancang secara personal untuk memastikan bahwa pelaku UMKM mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh selama sosialisasi secara optimal.

Melalui pendekatan yang sistematis ini, program diharapkan mampu memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan pemenuhan regulasi sekaligus mendorong pengembangan bisnis UMKM di Kabupaten Malang.

3.1. Sosialisasi legalitas dan standarisasi produk industri

Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), melalui Tim Pengabdian Pemanfaatan Teknologi dan Rekayasa (P2TR) Fakultas Teknik serta Majelis Ekonomi dan Ketenagakerjaan (MEK) Pimpinan Daerah 'Aisyiyah Kabupaten Malang, telah melaksanakan program "Sosialisasi Legalitas dan Standarisasi Produk Industri untuk UMKM". Program ini bertujuan untuk memperkuat daya saing UMKM melalui peningkatan pemahaman mengenai legalitas usaha, manajemen merek, dan perbaikan desain kemasan. Tim pelaksana terdiri atas tiga dosen dan dua mahasiswa Program Studi Teknik Industri UMM.

Sebelum kegiatan sosialisasi dimulai, dilakukan profiling dan pretest untuk mengidentifikasi pemahaman awal peserta mengenai mekanisme legalitas serta standarisasi usaha dan produk industri, yang hasilnya digunakan sebagai dasar perancangan aktivitas pendampingan yang relevan dengan kebutuhan mereka. Kegiatan ini diikuti oleh 32 pelaku usaha pemula yang tergabung dalam Ikatan Pengusaha 'Aisyiyah (IPAS) Kabupaten Malang. Sebagai bagian dari proses ini, kuesioner semi terbuka digunakan untuk menggali lebih dalam pemahaman peserta dan tantangan yang mereka hadapi dalam memenuhi legalitas usaha, mengelola merek, serta mendesain kemasan produk untuk UMKM mereka. Format semi terbuka tersebut memungkinkan peserta memberikan tanggapan spesifik, sehingga area yang membutuhkan penguatan dan pelatihan lebih lanjut dapat diidentifikasi dengan lebih tepat.

Sosialisasi ini menghadirkan dua narasumber ahli, yaitu Drs. Dahlan Fanani, M.AB., dosen administrasi bisnis Universitas Brawijaya sekaligus praktisi bisnis, dan Ida Zuliana, staf bidang UMKM Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Malang. Kegiatan ini diikuti oleh 32 pelaku usaha pemula yang tergabung dalam Ikatan Pengusaha 'Aisyiyah (IPAS) Kabupaten

Malang. Program ini diharapkan mampu meningkatkan pemenuhan standar legalitas produk, memperkuat merek dagang, serta meningkatkan desain kemasan sesuai regulasi. Kegiatan ini terdiri dari empat sesi yang meliputi: 1) presentasi tentang manajemen merek dan strategi e-commerce oleh Drs. Dahlan Fanani, M.AB.; 2) pemaparan tentang standar legalitas produk UMKM oleh Ida Zuliana; 3) materi mengenai standar label dan kemasan oleh Ikhlusul Amallynda, S.T., M.T. (ketua tim pelaksana); dan 4) diskusi personal dengan peserta terkait kebutuhan produk, desain label, dan kemasan.

Merek merupakan salah satu elemen penting bagi perusahaan karena memberikan identitas unik pada produk yang dipasarkan. American Marketing Association mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing (Kotler & Keller, 2006). Dalam sesi yang disampaikan oleh Drs. Dahlan Fanani, M.AB., dijelaskan delapan prinsip penting dalam membangun merek, yakni: (1) merek harus menggunakan istilah yang familiar dengan konsumen, (2) mudah diingat, (3) mudah dikenali, (4) memiliki desain menarik, (5) menunjukkan manfaat produk, (6) mencerminkan citra perusahaan, (7) menonjolkan keunikan, serta (8) tidak melanggar norma atau peraturan tertentu. Selain itu, citra merek merupakan persepsi konsumen yang dibentuk berdasarkan informasi dan pengalaman dengan merek tersebut (Hoeffler & Keller, 2003), sehingga menjaga citra merek menjadi aspek yang sangat penting bagi keberlanjutan usaha.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan sosialisasi legalitas dan standarisasi produk industri

Standarisasi dan sertifikasi memiliki peran penting dalam memastikan kualitas produk serta meningkatkan efisiensi dan kepercayaan konsumen. Sertifikasi memberikan jaminan bahwa produk telah memenuhi regulasi yang ditetapkan, melindungi hak kekayaan intelektual, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta membuka akses pasar yang lebih luas. Konsumen saat ini semakin cerdas dan cenderung memprioritaskan produk yang memiliki sertifikasi resmi.

Izin atau legalitas usaha adalah syarat penting yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku usaha. Izin usaha merupakan syarat fundamental yang harus dipenuhi oleh UMKM untuk mendapatkan perlindungan hukum, pengembangan usaha, akses pasar, serta dukungan pembiayaan (Kusmanto & Warjio, 2019). Dengan memiliki izin usaha, UMKM akan memperoleh perlindungan hukum, kemudahan dalam pengembangan usaha, akses yang lebih luas ke pasar, serta akses pembiayaan dan pendampingan usaha dari pemerintah (Primadhita & Budiningsih, 2020). Ada dua jenis legalitas yang sebaiknya dimiliki UMKM, yaitu izin administrasi (operasional) dan izin edar (untuk produk yang dikonsumsi atau digunakan langsung). Izin administrasi meliputi: Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Nomor Induk Berusaha (NIB), Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK), HKI Merek (jika usahanya memiliki merek), dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Sementara itu, izin edar mencakup: PIRT (Perizinan Industri Rumah Tangga) yang diterbitkan oleh Dinas Kesehatan, sertifikasi Halal MUI yang dikeluarkan oleh BPJPH dengan persetujuan dari LPPOM MUI, dan BPOM. Saat ini, pengurusan legalitas usaha dapat dilakukan secara daring melalui sistem informasi terintegrasi di laman Online Single Submission (OSS).

Namun, banyak pelaku UMKM yang belum familiar dengan teknologi ini, sehingga pendampingan menjadi langkah penting dalam memastikan legalitas usaha dapat terpenuhi secara efektif.

Partisipasi pelaku UMKM dalam kegiatan ini menunjukkan antusiasme yang tinggi, tercermin dari interaksi aktif selama kegiatan berlangsung. Hasil *pretest* menunjukkan bahwa mayoritas peserta memiliki pemahaman yang terbatas dalam ketiga aspek tersebut. Secara khusus, pada bagian yang terkait dengan legalitas usaha, banyak peserta yang tidak dapat menjelaskan dengan jelas prosedur pendaftaran merek atau memahami peraturan hukum yang terkait dengan pengoperasian usaha mereka. Sebagian besar peserta belum familiar dengan kewajiban hukum yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, seperti izin usaha, pendaftaran merek, dan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Hal ini tercermin dari banyaknya peserta yang memberikan jawaban yang kurang tepat atau bahkan tidak tahu mengenai prosedur legalitas yang penting bagi kelangsungan usaha mereka. Sedangkan dalam aspek pengelolaan merek dan desain kemasan produk, hasil *pretest* juga menunjukkan bahwa peserta belum sepenuhnya memahami bagaimana desain kemasan harus disesuaikan dengan peraturan yang ada, baik dari sisi fungsionalitas, estetika, maupun keberlanjutan. Banyak peserta yang kesulitan untuk menjelaskan pentingnya desain kemasan yang sesuai dengan regulasi, serta bagaimana kemasan dapat mempengaruhi daya tarik pasar dan kepatuhan terhadap hukum yang berlaku, seperti aturan kemasan ramah lingkungan atau label yang sesuai. Selain itu, dalam bagian kualitatif *pretest*, beberapa peserta mengungkapkan kebingungannya terkait tantangan yang mereka hadapi dalam mengelola merek dan mendesain kemasan produk. Banyak peserta yang mengidentifikasi kesulitan dalam menemukan informasi yang jelas mengenai cara yang tepat untuk melindungi merek dan memilih desain kemasan yang sesuai dengan target pasar mereka.

Berdasarkan hasil *pretest* diketahui bahwa peserta perlu penguatan dalam pemahaman prosedur legalitas usaha dan standar desain kemasan yang sesuai regulasi. Oleh karena itu, pendampingan harus difokuskan pada penjelasan rinci mengenai legalitas usaha, pendaftaran merek, izin usaha, serta desain kemasan yang memenuhi standar. Pendampingan dilakukan secara personal agar lebih efektif, dengan harapan hasilnya dapat langsung dirasakan oleh peserta. Artikel tentang Sosialisasi Legalitas dan Standarisasi Produk Industri dapat diakses di laman: <https://www.kompasiana.com/ikhlasul80654/63870b5c48feef445b5e4e82/tim-p2tr-umm-gelar-sosialisasi-legalitas-dan-standarisasi-produk-industri-bagi-umkm> (Amallynda, 2022).

3.2. Pendampingan pengurusan izin berusaha sesuai standar produk industri

Komunikasi dan koordinasi antara tim pendamping dan pelaku UMKM selama kegiatan pendampingan dilakukan secara intensif melalui platform WhatsApp. WhatsApp dipilih karena kemudahan dan kecepatan dalam berkomunikasi, memungkinkan kedua belah pihak untuk berbagi informasi secara langsung dan real-time. Pendampingan dilakukan baik secara personal, di mana setiap pelaku UMKM menerima perhatian khusus sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mereka, maupun dalam kelompok kecil, yang memungkinkan diskusi lebih dinamis dan pertukaran pengalaman antar pelaku UMKM yang serupa. Pendekatan ini dilakukan untuk memastikan efisiensi yang optimal, baik dari segi waktu maupun sumber daya yang digunakan.

Program pendampingan ini difokuskan pada beberapa aspek utama yang terkait dengan legalitas usaha, khususnya bagi pelaku UMKM yang bergerak di bidang produk pangan. Salah satu fokus utama dari pendampingan adalah membantu pelaku UMKM dalam proses pembuatan Nomor Pokok Wajib



Gambar 2. Dokumentasi kegiatan pendampingan pengurusan izin berusaha

Pajak (NPWP) yang dapat dilakukan melalui situs resmi DJP Online, yaitu <https://djponline.pajak.go.id/>.

NPWP merupakan dokumen penting yang wajib dimiliki oleh setiap pelaku usaha yang terdaftar dalam sistem perpajakan Indonesia, dan pendampingan ini membantu pelaku UMKM untuk memahami langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mengajukan dan mendapatkan NPWP dengan benar. Selain itu, pendampingan juga mencakup proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui portal <https://oss.go.id/portal>, yang merupakan langkah krusial dalam legalisasi usaha mereka. NIB ini digunakan sebagai tanda pengenal bagi setiap pelaku usaha yang terdaftar di sistem Online Single Submission (OSS) dan juga berfungsi sebagai izin operasional usaha.

Selain itu, pendampingan meliputi pengajuan Surat Pemberitahuan Penggunaan Izin Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) yang sangat penting bagi pelaku UMKM yang bergerak dalam produksi makanan dan minuman. SPP-IRT ini diperlukan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kesehatan dan keamanan yang ditetapkan oleh otoritas terkait. Seluruh tahapan pendampingan dimulai dengan penyiapan dokumen dan persyaratan yang diperlukan, seperti identitas usaha, surat izin, serta dokumen-dokumen pendukung lainnya yang dibutuhkan untuk pengajuan izin. Setelah dokumen lengkap, pelaku UMKM dibimbing dalam pembuatan akun pada sistem terkait, baik di DJP Online maupun di OSS, yang kemudian dilanjutkan dengan pengajuan izin secara online. Tim pendamping juga membantu pelaku UMKM dalam menyelesaikan berbagai proses administratif dan memastikan bahwa semua data yang dimasukkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Setelah pengajuan dilakukan, tahap akhir adalah penerbitan izin, yang mencakup penerbitan NPWP dan NIB sebagai bukti bahwa usaha telah terdaftar secara resmi. Dari 32 UMKM yang terlibat dalam program pendampingan ini, sebanyak 28 UMKM berhasil memperoleh izin yang sesuai dengan kebutuhan usaha mereka, yang menunjukkan tingkat keberhasilan yang tinggi dalam implementasi program ini. Hal ini mencerminkan efektivitas dan pentingnya pendampingan yang diberikan dalam mendukung legalisasi dan perkembangan usaha UMKM, serta meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya kelengkapan administrasi dalam menjalankan usaha secara sah dan sesuai dengan regulasi.

Artikel yang memuat informasi lebih lanjut mengenai kegiatan pendampingan ini, termasuk langkah-langkah pengurusan izin usaha dan implementasi program, dapat diakses melalui <https://www.kompasiana.com/ikhlasul80654/63dd8ddf4addee2d02364fa2/pendampingan-pengurusan-izin-berusaha-bagi-anggota-ipas-kecamatan-lawang-oleh-tim-p2tr-ps-teknik-industri-umm> (Amallynda, 2023a).

3.3. Pendampingan perbaikan desain label dan kemasan produk

Proses pendampingan dalam pembuatan desain label dan kemasan produk dimulai dengan serangkaian diskusi pribadi antara tim pengabdian dan pelaku UMKM. Dalam diskusi tersebut, tim bertujuan untuk menggali kebutuhan spesifik masing-masing produk, serta menyusun ide desain yang mencakup logo, label, dan konten yang akan disertakan dalam kemasan. Diskusi ini juga mencakup pemilihan warna, font, dan elemen grafis lainnya yang dapat mencerminkan identitas produk sekaligus memenuhi standar yang ditetapkan oleh badan regulasi terkait. Sesi diskusi ini berlangsung dalam format personal atau dalam kelompok kecil agar lebih mendalam dan memungkinkan setiap peserta untuk lebih leluasa dalam menyampaikan keinginan dan kendala yang dihadapi dalam mengemas produk mereka.

Setelah diskusi awal, tim mahasiswa pengabdian, yang terdiri dari anggota dengan keahlian dalam desain grafis dan rekayasa industri, mulai mengembangkan desain label dan kemasan dengan menggunakan pendekatan Quality Function Deployment (QFD). Pendekatan ini dipilih karena QFD memungkinkan tim untuk mengkonversi kebutuhan dan harapan pelanggan (dalam

hal ini, konsumen dan pelaku usaha) ke dalam spesifikasi teknis yang jelas, serta memastikan bahwa desain kemasan dan label dapat memenuhi semua kriteria yang telah disepakati. Dalam proses desain ini, tim memperhatikan tujuh aspek utama yang menjadi fokus perhatian: efektivitas komunikasi produk, keamanan pangan, desain ergonomis yang memudahkan konsumen saat menggunakan produk, kemudahan identifikasi produk oleh konsumen, kemudahan pengiriman dan distribusi, estetika yang dapat menarik perhatian pasar sasaran, serta aspek informasi dan promosi yang harus jelas dan mudah dipahami.

Selain itu, desain label produk disesuaikan dengan ketentuan standar Label Pangan yang mengacu pada Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Pasal 5 Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan. Peraturan ini mewajibkan setiap label produk pangan untuk mencantumkan informasi minimal mengenai: nama produk, daftar bahan yang digunakan dalam pembuatan produk, berat atau isi bersih, nama dan alamat produsen atau importir, status halal jika diperlukan, tanggal dan kode produksi, keterangan kedaluwarsa, nomor izin edar, serta asal bahan pangan tertentu yang digunakan dalam produk. Tim pengabdian memastikan bahwa semua elemen informasi ini dicantumkan dengan jelas dan sesuai dengan regulasi yang berlaku, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi standar estetika tetapi juga memenuhi persyaratan hukum dan kesehatan.

Setelah desain label dan kemasan selesai dikembangkan, hasilnya dibahas kembali dengan pelaku UMKM melalui sesi konsultasi personal atau dalam kelompok kecil. Pada tahap ini, pelaku UMKM diberi kesempatan untuk memberikan masukan dan melakukan revisi terhadap desain yang telah dibuat. Revisi dilakukan dengan mempertimbangkan feedback dari pelaku usaha serta kesesuaian desain dengan karakteristik produk dan pasar yang dituju. Proses iteratif ini memastikan bahwa desain yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan keinginan pelaku usaha dan standar yang telah ditetapkan.

Sebagai hasil dari kegiatan ini, sebanyak 27 desain label dan kemasan produk berhasil diselesaikan dan disesuaikan dengan standar yang berlaku, mencakup aspek legalitas dan estetika yang sesuai dengan regulasi pangan yang ditetapkan oleh BPOM. Kegiatan pendampingan ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi pelaku UMKM dalam hal legalitas produk, tetapi juga meningkatkan daya saing produk di pasar dengan desain kemasan yang menarik dan informatif. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa pengabdian dalam mengaplikasikan teori yang telah dipelajari di kampus ke dalam konteks dunia usaha nyata.

Untuk informasi lebih lanjut mengenai pendampingan desain label dan kemasan produk UMKM, artikel terkait kegiatan ini dapat diakses di: <https://www.kompasiana.com/ikhlasul80654/63e22ba44addee394e778cf2/tim-p2tr-ps-teknik-industri-umm-lakukan-pendampingan-perbaikan-desain-label-dan-kemasan-produk-umkm> (Amallynda, 2023b).



Gambar 3. Dokumentasi kegiatan pendampingan dalam perbaikan desain label dan kemasan

Setelah kegiatan pendampingan selesai, *posttest* dilaksanakan untuk mengevaluasi efektivitas program. Hasil *posttest* menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada pemahaman peserta terkait mekanisme legalitas usaha, pengelolaan merek, dan desain kemasan produk. Dibandingkan dengan hasil *pretest*, rata-rata skor *posttest* peserta meningkat sebesar

25%, mengindikasikan efektivitas kegiatan pendampingan yang dilakukan. Peserta yang sebelumnya memiliki pemahaman dasar (dengan skor *pretest* rendah) terlihat mengalami peningkatan paling signifikan, terutama dalam aspek legalitas usaha, seperti pendaftaran merek dagang dan pengurusan izin usaha. Selain itu, peserta juga mampu memberikan jawaban yang lebih tepat dan terperinci dibandingkan dengan hasil *pretest*. Namun, meskipun ada peningkatan, masih ada area yang memerlukan penguatan lebih lanjut. Beberapa peserta masih menghadapi tantangan dalam menerapkan konsep desain yang sesuai dengan segmen pasar dan identitas merek produk. Terlebih beberapa peserta masih menunjukkan kebingungannya dalam menyusun strategi pemasaran berbasis merek yang efektif, seperti *brand positioning*, *co-branding*, *endorsement*, *brand loyalty programs*, rebranding, dan lain-lain, meskipun mereka telah lebih memahami aspek legalitas dan desain kemasan produk.

Diskusi dengan peserta selama evaluasi mengonfirmasi bahwa pendekatan pendampingan yang lebih interaktif dan berbasis studi kasus memberikan dampak positif terhadap pemahaman mereka. Namun, beberapa peserta menyarankan agar materi pelatihan diperluas, khususnya terkait pengaturan dokumen legal (seperti: pendaftaran merek, perjanjian dan kontrak bisnis, dokumen perpajakan, pengajuan pembaharuan legalitas, dan sebagainya) dan strategi pemasaran berbasis merek. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pendampingan telah berhasil memenuhi sebagian besar kebutuhan peserta, namun masih terdapat ruang untuk penguatan, terutama dalam hal penerapan praktis. Untuk keberlanjutan, direkomendasikan adanya sesi pelatihan lanjutan yang lebih mendalam dan berbasis praktik, guna memastikan peserta mampu menerapkan pemahaman mereka secara optimal dalam menjalankan usaha UMKM mereka.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa legalitas atau izin berusaha sangat penting untuk dimiliki oleh setiap pelaku usaha, karena dapat menjadi identitas diri, perlindungan hukum, alat untuk menjangkau area pemasaran yang lebih luas, dan menjadi modal awal suatu UMKM dalam mendapatkan akses modal usaha dan pendampingan dari pemerintah. Selain itu, label dan kemasan juga sangat penting bagi produsen guna memberikan identitas dan citra pada produknya. Kegiatan ini memperoleh antusiasme mitra yang cukup tinggi, dibuktikan dengan tingkat keterlibatan mitra yang cukup tinggi. Selain itu, hasil pengabdian berupa izin atau legalitas produk UMKM, desain label dan kemasan produk industri dapat dirasakan kemanfaatannya secara nyata oleh mitra. Program penguatan produk UMKM ini telah berhasil meningkatkan pemahaman peserta terkait legalitas usaha, pengelolaan merek, dan desain kemasan produk, dengan rata-rata skor *posttest* meningkat sebesar 25%. Meskipun terjadi kemajuan yang signifikan, beberapa peserta masih menghadapi kesulitan dalam menerapkan desain yang sesuai dengan segmen pasar dan menyusun strategi pemasaran berbasis merek. Oleh karena itu, meskipun sebagian besar kebutuhan peserta telah terpenuhi, masih diperlukan penguatan pada aspek penerapan praktis, khususnya dalam pengaturan dokumen legal dan strategi pemasaran merek. Sesi pelatihan lanjutan yang lebih mendalam dan berbasis praktik disarankan untuk memastikan peserta dapat mengaplikasikan pemahaman mereka secara optimal dalam menjalankan usaha UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Amallynda, I. (2022). *Tim P2TR UMM Gelar Sosialisasi Legalitas dan Standarisasi Produk Industri*

- Bagi UMKM. Kompasiana.
<https://www.kompasiana.com/ikhlasul80654/63870b5c48feef445b5e4e82/tim-p2tr-umm-gelar-sosialisasi-legalitas-dan-standarisasi-produk-industri-bagi-umkm>
- Amallynda, I. (2023a). *Pendampingan Pengurusan Izin Berusaha bagi Anggota IPAS Kecamatan Lawang oleh Tim P2TR PS. Teknik Industri-UMM*. Kompasiana.
<https://www.kompasiana.com/ikhlasul80654/63dd8ddf4addee2d02364fa2/pendampingan-pengurusan-izin-berusaha-bagi-anggota-ipas-kecamatan-lawang-oleh-tim-p2tr-ps-teknik-industri-umm>
- Amallynda, I. (2023b). *Tim P2TR PS. Teknik Industri UMM Lakukan Pendampingan Perbaikan Desain Label dan Kemasan Produk UMKM*. Kompasiana.
<https://www.kompasiana.com/ikhlasul80654/63e22ba44addee394e778cf2/tim-p2tr-ps-teknik-industri-umm-lakukan-pendampingan-perbaikan-desain-label-dan-kemasan-produk-umkm>
- Amallynda, I., & Kusuma Dewi, S. (2021). Perancangan dan Implementasi Strategi Pemasaran sebagai Upaya dalam Memperluas Pangsa Pasar dan Meningkatkan Volume Penjualan Produk Olahan Ikan Dapur L'Rose. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1 SE-Articles), 32–43. <https://doi.org/10.55983/empjcs.v1i1.18>
- Candra Ningsih, S., Kintoko, & Puji Handayani Putri. (2020). Inovasi Kemasan dan Perluasan Pemasaran Usaha Rempeyek di Yogyakarta. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1 SE-Articles), 6–17. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i1.3268>
- Hoeffler, S., & Keller, K. (2003). The Marketing Advantages of Strong Brands. *Journal of Brand Management*, 10. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540139>
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing Management*. Upper Saddle River, New Jersey.
- Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JUPIIS: JURNAL PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL*, 11, 324. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.13583>
- Opan Arifudin, Fenny Damayanti Rusmana, Rahman Tanjung, & Udin Wahrudin. (2020). Inovasi Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Dodol Nanas Di Subang Jawa Barat . *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3 SE-Articles), 408–417. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i3.4469>
- Primadhita, Y., & Budiningsih, S. (2020). ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DENGAN MODEL VECTOR AUTO REGRESSION. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 17, 1. <https://doi.org/10.33370/jmk.v17i1.396>