

Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Melalui Workshop dan Kesadaran Legalitas Usaha di Desa Sawaran Kulon, Kabupaten Lumajang

Nabila Aulia Putri Alfina^{1*}, Muhammad Hasby Ashidiq², Arina Ayu Fitrotin³

¹²³Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Keywords:

MSMEs, Business Legality,
NIB, Halal

Correspondence Email:

nabilaapa3@gmail.com

Abstract: *Legality in a business has a very big role in a business, because business legality as a business indicator that was established is feasible and ongoing. Not only that, business legality also means that the organizer of business activities has obtained permission from the competent authority. The main objective of this research is to sensitize and help the community, especially business actors, on the importance of taking care of business legality. Participatory Action Reaction is the method used in this research. This program emphasizes community awareness of business legality for business actors in Sawaran Kulon Village, Kedungjajang District, Lumajang Regency. Data were obtained by the author using semi-structured interviews, FGDs, observation and documentation, and participatory mapping. The results showed that through the inculturation approach, community research, program action planning, and implementation, the business legality program in Sawaran Kulon Village has achieved significant results.*

Abstrak

Legalitas dalam suatu usaha mempunyai peran yang sangat besar dalam suatu usaha, karena legalitas usaha sebagai penunjuk usaha yang didirikan layak dan sedang berjalan. Tak hanya itu, legalitas usaha juga berarti penyelenggara kegiatan usaha telah mengantongi izin dari pihak yang berwenang. Tujuan utama dari penelitian ini yaitu untuk menyadarkan dan membantu masyarakat khususnya para pelaku usaha akan pentingnya mengurus legalitas usaha. Participatory Action Reaction merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Program ini menekankan kesadaran masyarakat mengenai legalitas usaha bagi pelaku usaha di Desa Sawaran Kulon, Kecamatan Kedungjajang, Kabupaten Lumajang. Data diperoleh penulis dengan menggunakan metode wawancara semi terstruktur, FGD, observasi dan dokumentasi, serta pemetaan partisipatif. Hasil Penelitian menunjukkan melalui pendekatan inkulturasi, riset bersama komunitas, perencanaan aksi program, dan implementasi, program legalitas usaha di Desa Sawaran Kulon telah mencapai hasil yang signifikan.

Kata Kunci: UMKM, Legalitas Usaha, NIB, Halal

PENDAHULUAN

Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) penting dalam mengatasi permasalahan global seperti mendorong inovasi produk dan layanan,

meningkatkan nilai sumber daya manusia dan juga teknologi, serta perluasan wilayah pemasaran. Di Indonesia UMKM menjadi yang pertama dalam menyerap tenaga kerja (Subali Patma et al., 2021). Legalitas usaha sendiri berguna bagi para pelaku UMKM agar terdapatnya jaminan perlindungan, kepastian hukum, pengembangan usaha serta UMKM dapat menjalankan bisnis dengan lebih aman dan meningkatnya reputasi serta akses sumber daya yang lebih luas guna pertumbuhan bisnis.

Melalui dukungan tertib administrasi bagi Desa Sawaran Kulon, maka dengan diselenggarakan kegiatan penabdian masyarakat di desa Sawaran Kulon yang terdiri atas 2 proker utama yaitu *Workshop* “Pengembangan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui UMKM berbasis Sertifikasi Halal” dan pendampingan pembuatan NIB serta sertifikasi halal bersama Pendamping PPH (Proses Produk Halal) KUA Kedungjajang, Kabupaten Lumajang. Yang mana kami melakukan pendataan dengan cara door to door dan melakukan registrasi *online single submission* (OSS) merupakan solusi yang kami giatkan dalam revolusi kendalanya administrasi mengenai izin dagang UMKM pemerintahan desa.

Output dari kegiatan pengabdian masyarakat ini tak lain tak lain dan tak bukan ialah pemberdayaan UMKM dimana kami membantu pelaku UMKM desa dalam melaksanakan tertib administrasi dan merasakan benefit NIB. Harapan lain dari terlaksananya kegiatan ini adalah masyarakat desa terutama pelaku UMKM Sawaran Kulon dapat merasakan manfaat langsung dari memiliki NIB yakni Kemudahan legalitas usaha, kemudahan pengadaan dokumen lain seperti NPWP untuk perusahaan atau perorangan, dll. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan sumber daya manusia yang unggul dan mampu meningkatkan daya saing dan bertahan di pasar global (Irawaty et al., 2022).

Adapun bila ditelisik dari hokum maka sebagaimana tertlis pada PP No. 24 Tahun 2018 bertujuan untuk mempercepat dan meningkatkan penanaman modal dan berusaha dengan menerapkan pelayanan Perizinan Berusaha terintegrasi secara elektronik, tak cukup disitu UMKM (Indrawati & Rachmawati, 2021) juga didukung dengan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 adalah sebuah peraturan yang mengatur tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan bagi koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mana berisi Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM, PP ini mengatur tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan bagi koperasi dan UMKM. Tujuan utamanya adalah untuk memudahkan dan melindungi koperasi dan UMKM dalam beroperasi dan berkembang.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka dari itu kami kelompok KKN 14 UIN Sunan Ampel Surabaya melakukan pengabdian masyarakat berupa pengedukasian mengenai pentingnya Nomor Induk Berusaha (NIB) serta sertifikasi halal terhadap para pelaku UMKM Desa Sawaran Kulon, kecamatan Kedungjajang, Kabupaten Lumajang. Kami pun menganalisis beberapa permasalahan yang hendak kami fokuskan dalam pengabdian masyarakat yakni sebagai berikut:

- a. Minimnya pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya legalitas usaha
- b. Hampir seluruh pelaku UMKM Desa Sawaran Kulon belum mengetahui tata cara pembuatan NIB
- c. Beberapa pelaku UMKM terutama di bidang makanan belum memiliki sertifikasi halal
- d. Belum adanya teknik marketing yang tepat dalam pemasaran produk
- e. Pengemasan produk yang kurang memadai dan belum adanya label produk

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Participatory Action Research* yaitu metode par adalah metode yang menanggapi masalah sosial (*problem social*) secara kolektif sehingga dapat menyimpulkan masalah apa yang sedang terjadi dan implikasi perubahannya, sehingga semua pihak merasakan dampaknya. Penelitian PAR melibatkan semua stakeholder secara aktif dalam mengkaji fenomena sosial melalui tindakan yang sedang berlangsung untuk menuju perubahan yang lebih baik. Pendekatan PAR selalu berkaitan dengan partisipasi, riset dan aksi.

Peneliti menggunakan pendekatan PAR kepada masyarakat Desa Sawaran Kulon, Kecamatan Kedungjajang, Kabupaten Lumajang mengenai UMKM dan Produk Halal. Adapun teknik pengumpulan data terdiri dari:(Afandi, 2020)

- a. Wawancara semi terstruktur
Peneliti melakukan penggalan informasi yang dilakukan secara door-to-door terdiri dari sesi tanya jawab mengenai usaha yang dilakukan oleh penduduk setempat di Desa Sawaran Kulon, Kecamatan Kedungjajang, Kabupaten Lumajang.
- b. *Focus Group Discussion* (FGD)
Peneliti bekerja sama dengan masyarakat, khususnya dengan pelaku UMKM setempat untuk mendapatkan data akurat terkait perizinan usaha di Desa Sawaran Kulon. Sebanyak 2-4 orang terkonsentrasi pada satu diskusi untuk menggali lebih dalam seputar perizinan usaha yang dilakukan.
- c. Teknik Observasi dan Dokumentasi
Peneliti melakukan observasi sekaligus dokumentasi pada masyarakat Desa Sawaran Kulon untuk mendata dan mendampingi proses pembuatan NIB serta sertifikasi halal.
- d. Pemetaan Partisipatif
Metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan kondisi dan kehidupan sosial Desa Sawaran Kulon sebagai lokasi penelitian sehingga mengetahui keterkaitannya dengan UMKM dan Produk Halal.

Sedangkan untuk teknik analisis data dilakukan dengan mapping dan transect, timeline sejarah, Focus Group Discussion (FGD), trend and change, diagram venn, diagram alur, analisis pohon masalah dan harapan, analisis kalender musim.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dalam Program pengabdian Masyarakat (KKN) di Desa Sawaran Kulon, Kedungjajang, Lumajang dilakukan melalui beberapa tahapan seperti survei, observasi, dan diskusi bersama warga. Survei dilakukan dengan menemui Kepala Desa dan Kepala Dusun untuk mendapatkan informasi terkait dengan UMKM di Desa Sawaran Kulon. Setelah melakukan sesi Tanya jawab bersama dengan kepala desa dan Kepala Dusun, diketahui bahwa jumlah UMKM di Desa Sawaran Kulon sebanyak 60 UMKM dengan bidang yang berbeda-beda, diantaranya seperti usaha kripik kemasan, toko kelontong, catering, dll. selanjutnya penulis melakukan kunjungan kepada pelaku usaha dan melakukan sesi tanya jawab sederhana kepada mereka. Dengan melakukan observasi dan diskusi bersama dengan para pelaku UMKM, penulis menemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Diantara permasalahan tersebut yaitu

Tabel 1. Permasalahan

No.	Masalah	Dampak	Solusi
1.	Kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran	Kurang maksimalnya penjualan, yang berakibat pada minimnya profit yang didapatkan	Pengadaan seminar strategi pemasaran
2.	Belum adanya NIB	Usaha belum berizin atau terdaftar	Bantuan untuk pendaftaran NIB
3.	Bingung tentang cara sertifikasi halal Produk	Kredibilitas produk di mata konsumen menjadi kurang	Pengadaan seminar sertifikasi halal dan bantuan pendaftaran

Masalah yang ada pada tabel diatas merupakan sedikit dari banyak masalah yang dialami oleh para pelaku Usaha UMKM. Masalah-masalah diatas merupakan masalah yang paling banyak dialami oleh para pelaku UMKM, terutama pada masalah strategi pemasaran. Rata-rata para pelaku usaha bingung dalam memasarkan produk mereka, disisi lain kebanyakan para pelaku usaha belum mempunyai izin berusaha (NIB). Oleh sebab itu penulis mencoba memfokuskan pada ketiga masalah diatas untuk diselesaikan.

Penggunaan media digital dalam pemasaran UMKM sangatlah efektif dan efisien. Pemasaran digital memegang peran yang penting dalam menjangkau pasar yang lebih luas(Wicaksono et al., 2021), selain itu pemasaran digital tidak memerlukan biaya yang besar dalam mempromosikan produk(Chinakidzwa & Phiri, 2020). Mereka dapat memasarkan produknya melalui Whatsapp, Instagram, TikTok, Facebook, dll. Hal ini tentunya menjadi kesempatan bagi UMKM untuk dapat

mengenalkan produknya kepada pasar yang lebih luas. Selain itu peran identitas produk seperti merek, label, NIB, Sertifikasi halal, dll juga memainkan peran yang penting dalam menambah kepercayaan konsumen terhadap produk. Dalam studi ditemukan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan pada niat beli konsumen. oleh sebab itu para pelaku UMKM perlu membuat dan mencantumkan identitas produk untuk memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk.(Sumi & Kabir, 2018)

Setelah dilakukan observasi dan sesi Tanya jawab bersama dengan para pelaku UMKM, kami mengelompokkan jenis UMKM menjadi 2 kategori yang berbeda. Kategori yang pertama yaitu UMKM yang hanya memerlukan pendaftaran NIB, sedangkan kategori ke dua yaitu UMKM yang akan didaftarkan NIB juga dengan sertifikasi halalnya. Setelah dianalisis seluruh UMKM yang berjumlah 60 UMKM di undang untuk pendaftaran NIB. Sedangkan untuk pendaftaran sertifikasi halal, penulis hanya mengundang lima UMKM yang paling memenuhi kriteria dan ketentuan yang ada, diantaranya ke lima UMKM ini beroperasi di bidang kripik kemasan. Dalam analisis yang penulis lakukan, ditemukan bahwa kelima UMKM tersebut belum menggunakan strategi pemasaran yang baik dalam memasarkan produknya. Bahkan hanya ada dua dari lima UMKM yang sudah memiliki merek, label, dan kemasan yang baik.

NIB (Nomor Induk Berusaha) merupakan identitas produk yang penting, dan merupakan legalitas paling dasar yang harus dimiliki oleh tiap-tiap UMKM. Dan sertifikasi halal merupakan salah satu hal yang tidak boleh dilupakan apabila para pelaku UMKM ingin memasarkan produknya secara lebih luas. Dalam pelaksanaannya, penulis yang merupakan mahasiswa KKN 14 UINSA yang berjumlah 7 mahasiswa dan 18 mahasiswi mencoba membantu mensosialisasikan dan mengawal serta terlibat aktif bersama para pelaku UMKM untuk mendaftarkan legalitas usaha mereka dan sertifikasi halal mereka.

Dengan didasarkan data yang diperoleh saat kunjungan, sosialisasi ini utamanya berisi tentang adaptasi UMKM terhadap perkembangan media sosial yang begitu pesat. Sehingga untuk kedepannya UMKM harus dapat beradaptasi dengan tantangan baru tersebut yang pada akhirnya berujung pada perkembangan UMKM mereka sendiri. Penulis juga menekankan pentingnya identitas usaha seperti merek, label, NIB, dan sertifikasi halal pada mereka demi mendukung perkembangan UMKM mereka.



Gambar 1. Sosialisasi

Adapun strategi pemasaran yang biasa digunakan oleh kelima UMKM tersebut yaitu dengan cara menitipkan produk pada toko-toko dan strategi kedua yang sering digunakan yaitu dengan menjual produk mereka secara langsung di pasar. Kebanyakan UMKM masih belum memasarkan produknya melalui Sosial Media. Kalaupun ada mereka hanya sebatas memasarkan produk mereka melalui pesan Whatsapp dan status Whatsapp. sedangkan untuk media sosial lainnya mereka masih belum menerapkannya.

Pendampingan yang dilakukan penulis dimulai dari proses pembuatan hingga pada tahap pembuatan NIB dan sertifikasi halal.



Gambar 2. Pendampingan

Dalam dokumentasi kegiatan diatas, penulis melakukan pendampingan dalam proses produksi UMKM, penulis melakukan pendampingan guna memberikan sedikit saran tentang produk terutama pada bagian penamaan produk/merek dan kemasan produk. Terkait strategi pemasaran banyak pelaku UMKM yang masih bingung dengan cara pemasaran yang cocok dalam memasarkan produk mereka. Disamping mereka ingin produknya dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan dapat dikenal oleh masyarakat luas, disisi lain terdapat keterbatasan biaya dalam memasarkan produk mereka. Oleh karena itu penulis mengadakan *workshop* pemasaran guna membuka wawasan para pelaku usaha agar mau dan mampu mengadopsi pemasaran digital dalam memasarkan produk mereka.

Dalam seminar tersebut para pelaku usaha diberi masukan untuk lebih gencar memasarkan produk mereka melalui Whatsapp, selain itu dalam workshop para pelaku usaha diberikan kesempatan untuk memberikan pertanyaan tentang masalah yang mereka hadapi pada saat memasarkan produk mereka. Sehingga mereka akan lebih siap dalam menghadapi tantangan dan masalah terkait dengan pemasaran.



Gambar 3. Seminar

Selain workshop strategi pemasaran, penulis juga mengadakan seminar dan pendampingan pembuatan NIB dan sertifikasi halal. Tujuan dari seminar ini yaitu tentunya untuk melengkapi identitas produk itu sendiri. Dengan adanya identitas produk tersebut, konsumen akan menjadi lebih tertarik untuk membeli produk tersebut. dalam seminar ini, maka penulis mendatangi pihak terkait untuk memberikan sosialisasi dan pendampingan pembuatan NIB dan sertifikasi halal kepada pelaku UMKM di desa Sawaran Kulon. Dalam kegiatan seminar ini, penulis melihat antusias para pelaku UMKM di desa Sawaran Kulon sangat tinggi. Dari 60 UMKM yang diundang, terdapat 41 UMKM yang hadir untuk mau mendaftar NIB. Dengan adanya sosialisasi ini, para pelaku UMKM di desa Sawaran kulon menjadi sangat terbantu karena mereka mendapat izin berusaha.



Gambar 4. Sertifikasi Halal

Pada langkah selanjutnya, sertifikasi halal untuk ke lima UMKM di desa sawaran kulon yang sesuai kriteria yaitu UMKM di bidang pengolahan kripik. Kripik ini bermacam-macam mulai dari kripik pisang, kripik talas, kripik tela ungu dll. adapun alasan dipilihnya kelima UMKM tersebut yaitu dikarenakan kesiapan produk mereka dan mereka mau juga ingin didaftarkan sertifikat halalnya. Kesiapan produk ini baik berupa merek dan logo yang dirasa penulis telah memenuhi kriteria dan dapat dipasarkan secara lebih luas. Sertifikasi halal pada produk ini ditujukan agar produk dapat lebih menarik konsumen agar mau membeli produk tersebut. dalam studi yang dilakukan sebelumnya, pelabelan halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian yang pada akhirnya berujung pada keputusan pembelian (Millatina et al., 2022).

Hal ini menunjukkan bahwa pelabelan halal pada produk tidak hanya digunakan sebagai kelengkapan identitas produk itu sendiri, namun juga secara tidak langsung mampu menarik lebih banyak konsumen untuk membeli produk. Selain daripada itu, label halal juga memungkinkan produk agar lebih dipercayai oleh konsumen, konsumen beranggapan bahwa produk yang telah memiliki label halal tentunya telah memiliki kualitas yang sangat baik. dari kepercayaan inilah konsumen akan melakukan pembelian yang berulang terhadap produk tersebut (Muflih & Juliana, 2021).

KESIMPULAN

Pemberdayaan UMKM penting dalam mengatasi permasalahan global seperti mendorong inovasi produk dan layanan, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan wilayah pemasaran. UMKM merupakan sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja paling banyak di Indonesia. Melalui dukungan tertib administrasi bagi Desa Sawaran Kulon, maka dengan diselenggarakan kegiatan penabdian masyarakat di desa Sawaran Kulon yang terdiri atas 2 proker utama yaitu *Workshop* “Pengembangan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui UMKM berbasis Sertifikasi Halal” dan pendampingan pembuatan NIB serta sertifikasi halal bersama Pendamping PPH (Proses Produk Halal) KUA Kedungjajang, Kabupaten Lumajang. Peneliti menggunakan pendekatan PAR kepada masyarakat Desa Sawaran Kulon dimana terdapat wawancara semi terstruktur, Focus Group Discussion (FGD), Teknik Observasi dan Dokumentasi, serta Pemetaan Partisipatif. Pendampingan yang dilakukan penulis dimulai dari proses pembuatan hingga pada tahap pembuatan NIB dan sertifikasi halal. Terbukti dari 60 UMKM yang diundang, terdapat 41 UMKM yang hadir untuk mendaftar NIB serta 5 UMKM yang melakukan pengajuan Sertifikasi Halal. Dengan adanya sosialisasi ini, para pelaku UMKM di desa Sawaran kulon menjadi sangat terbantu karena mereka mendapat izin berusaha.

REFERENSI

- Afandi, A. (2020). Participatory Action Research (PAR) Metodologi Alternatif Riset Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Transformatif. *Workshop Pengabdian Berbasis Riset Di LP2M UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Februari*, 11.
- Chinakidzwa, M., & Phiri, M. (2020). Impact of digital marketing capabilities on market performance of small to medium enterprise agro-processors in Harare, Zimbabwe. *Business: Theory and Practice*, 21(2), 746–757.
- Indrawati, S., & Rachmawati, A. F. (2021). Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 1(3), 231–241.
- Irawaty, I., Anitasari, R. F., & Setiawan, A. (2022). Peningkatan Pemahaman Pelaku UMK Mengenai Urgensi dan Tata Cara Mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB). *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (Indonesian Journal of Legal Community Engagement) JPHI*, 5(1), 35–49.
- Mardelena, S. &. (2017). *Pengantar Manajemen* (Cet 1). Deepublish.
- Millatina, A. N., Hakimi, F., Budiantoro, R. A., & Arifandi, M. R. (2022). The Impact of Halal Label in Halal Food Buying Decisions. *Journal of Islamic Economic Laws*, 5(1), 159–176.
- Muflih, M., & Juliana, J. (2021). Halal-labeled food shopping behavior: the role of

spirituality, image, trust, and satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1603–1618.

Subali Patma, T., Malang, P. N., Muslim, S., Negeri, P., & Fauziah, M. (2021). Pemberdayaan Umkm Melalui Legalitas Usaha. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2021*, 1(1), 246–249.

Sumi, R. S., & Kabir, G. (2018). Factors affecting the buying intention of organic tea consumers of Bangladesh. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(3), 24.

Wicaksono, T., Nugroho, A. D., Lakner, Z., Dunay, A., & Illés, C. B. (2021). Word of mouth, digital media, and open innovation at the agricultural smes. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 1–22.