

## **Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pendampingan dan Pengenalan Produk**

**Sartiyah<sup>1</sup>, Muhammad Nasir<sup>2</sup>, Muhammad Haris Riyaldi<sup>3</sup>, Nurma Sari<sup>4</sup>, Eka Nurlina<sup>5</sup>,  
Syarifah Evi Zuhra<sup>6</sup>, Susanna<sup>7</sup>, Evi Ramadhani<sup>8</sup>, Siti Rusdiana<sup>9</sup>, Inayatillah<sup>10</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh

<sup>7</sup>Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh

<sup>8,9</sup> Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh

<sup>10</sup> Universitas Islam Negeri, Banda Aceh

Email Korespondensi: [sartysabang@unsyiah.ac.id](mailto:sartysabang@unsyiah.ac.id)

### *Abstrak*

*Pendampingan dan pengenalan produk penting untuk meningkatkan status produk baik formal maupun informal. Pendaftaran usaha dan produk Nomor Induk Berusaha (NIB) serta pengurusan perizinan produk pangan P-IRT pada Dinas yang berwenang sangat membantu UMKM untuk menjaga identitas produknya. Pengenalan tentang produk sangat bermanfaat bagi produsen dan konsumen agar informasi mengenai produk, yang berupa kategori produk, merek, terminologi produk atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Selanjutnya pengetahuan sejarah dan pemakaian Produk bermanfaat bagi konsumen agar produk dikenal dan diminati dan kepuasan yang tinggi. Pelatihan dan pengurusan NIB dan P-IRT mudah dipahami dan dapat dirasakan manfaat oleh Pelaku Usaha UMKM. Pengenalan produk sangat membantu meningkatkan pemasaran dan promosi produk UMKM kepada konsumen secara luas, melalui pameran yang dilakukan menyebabkan produk dikenal lebih luas baik local maupun nasional.*

### *Abstract*

*An Assistance and product introduction are important to improve product status, both formal and informal. Registration of business and NIB products as well as processing of licensing for P-IRT food products at the authorized Service really helps MSMEs to maintain the identity of their products. Product introduction is very useful for producers and consumers, in order to get information in the form of product categories, brands, product terminology or product features, product prices, and beliefs about products. Furthermore, knowledge of the history and use of the product is useful for consumers so that the product is in demand with high satisfaction. The training and management of NIB and P-IRT is easy to understand and can be felt by business actors. Product introductions carried out at exhibition events are very helpful in improving product marketing and promotion to consumers at large, through exhibitions that are carried out causing products to be widely known both locally and nationally.*

*Keywords: micro, small and medium enterprises, accompaniment, and product introduction*

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi dalam hal penyerapan tenaga kerja dan kontribusinya terhadap output perekonomian. Menurut Dani (2018), UMKM memiliki kontribusi penting dalam pembangunan ekonomi di sejumlah negara seperti Jepang, Australia, India, Korea Selatan dan sejumlah negara di Asia Tenggara termasuk Indonesia. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung perekonomian nasional masa Covid 19 berdampak secara serius tidak saja pada aspek total produksi dan nilai perdagangan akan tetapi juga pada jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya karena wabah pandemik tersebut (Pakpahan, 2020). Keterpurukan UMKM juga menjadi salah satu penyebab pertumbuhan ekonomi Indonesia melambat (Aisyah, 2020), dan menyebabkan pengangguran yang tinggi, serta menimbulkan penurunan daya beli sehingga dapat meningkatkan kemiskinan dan kelaparan (Prajanti *et al.*, 2021).

Data Badan Pusat Statistik (BPS) (2022), jumlah pelaku UMKM di Indonesia pada Tahun 2018 adalah sebanyak 58,97 juta orang. Jumlah tersebut mencapai rata-rata seperempat dari jumlah penduduk Indonesia. Lebih lanjut Kementerian Koperasi dan UMKM mencatat bahwa pada tahun 2019 ada 10.947 juta unit usaha UMKM yang ada di Indonesia. Jumlah tersebut tergolong besar terutama dalam kontribusi aggregatnya terhadap perekonomian nasional. Besarnya jumlah UMKM di Indonesia juga ikut menampung jumlah tenaga kerja yang besar dalam perekonomian nasional.

Sektor ini telah terbukti menunjukkan diri sebagai usaha yang memiliki keunggulan dan daya saing yang diperhitungkan dalam dunia usaha dan persaingan. Bank Indonesia dalam kajiannya ikut mengembangkan strategi pengembangan UMKM dalam rangka meningkatkan kapabilitas tidak hanya dalam aspek produksi namun juga pembiayaan. Jumlah UMKM di Propinsi Aceh menurut Dinas Koperasi dan UMKM Aceh (2021) ada sebanyak 74.810 unit dengan jumlah terbanyak berada pada Kota Banda Aceh dengan jumlah sebanyak 9.591 unit. Jumlah UMKM di Kota Banda Aceh melebihi sepuluh persen dari total UMKM di Propinsi Aceh. Sebagai ibukota propinsi, Kota Banda Aceh memiliki potensi yang besar dalam pengembangan UMKM terutama UMKM yang bergerak di bidang kuliner, sektor pariwisata dan jasa-jasa. Keberadaan UMKM di Kota Banda Aceh juga bisa memperkuat sektor perekonomian lainnya seperti pemerintahan, keuangan, transportasi, pertanian, dan sektor ekonomi lainnya.

Pendampingan dan pengembangan kapasitas UMKM dalam upaya meningkat produktivitas dan peran UMKM di Kota Banda Aceh. Pendampingan dilakukan melalui kerjasama antara Dinas Perindustrian, Pemberdayaan Perempuan UMKM Indonesia (PPUMI) dengan dosen Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala (FEB USK). Aspek-aspek mikroekonomi seperti peran tenaga kerja, modal, teknologi, dan kewirausahaan bisa dioptimalkan dengan pendampingan dari pelaku pembinaan dan berbagai pihak terkait. Produktivitas tenaga kerja dan produktivitas modal UMKM masih bisa ditingkatkan dengan pendampingan. Pentingnya pendampingan dan pengenalan produk UMKM karena ketidakmampuan para pelaku UMKM dalam menyebarkan informasi produk yang dihasilkan kepada konsumen secara meluas mengingat ketidakberdayaan mereka dalam pemasaran dan promosi produk.

Proses pendampingan juga diarahkan pada upaya memperkuat pemasaran melalui branding dan penguatan akses pasar bagi UMKM. Produk-produk UMKM dapat menguasai pasar domestik hingga ekspor. Penguasaan pasar bagi produk-produk UMKM membantu peningkat profitabilitas pengusaha

dan pekerjanya serta dapat membuka lapangan kerja baru. Bagi pemerintah daerah, kemajuan usaha UMKM ikut berkontribusi pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam hal pajak dan retribusinya. Untuk itu mengawali proses pemasaran dilakukan pendampingan dan pengenalan produknya.

Pendampingan dan pengenalan produk ini dilakukan dengan pembinaan untuk meningkatkan status produk secara formal berdasarkan ketentuan perindustrian dan perdagangan. Selanjutnya membuat stan pameran yang menarik pada even besar nasional dan memberikan penjelasan dan informasi kepada pengunjung tentang keunggulan-keunggulan produk dan cara-cara menggunakan produk yang dipromosikan serta memberikan pengetahuan-pengetahuan tentang peningkatan produk bagi pelaku UMKM yang dibina. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha untuk bersaing di pasar dan mendapatkan pasar yang lebih luas dalam pemasaran produk di masa mendatang.

## **METODE**

### **Metode Pelaksanaan**

Secara umum dan klasik, pelaksanaan pendampingan dilakukan dengan membina UMKM untuk meningkatkan status produk secara formal yaitu memberikan pengarahan dan bantuan untuk mendaftarkan usaha dan produk berupa NIB (Nomor Induk Berusaha) dan menyuluh dan membantu Perizinan Produk Pangan P-IRT ke Dinas terkait yaitu Disperindag dan Kemenag. P-IRT diberikan kepada UMKM jika telah mengikuti, dan memiliki sertifikat penyuluhan keamanan pangan, syarat lain adalah telah lolos uji pemeriksaan sarana uji produk pangan, mengikuti persyaratan peraturan perundang-undangan label pangan

Pengenalan produk UMKM dilakukan dengan melakukan Kerjasama dan mencari dukungan dari berbagai pihak yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Bank Indonesia, dan Pemberdayaan Perempuan UMKM Indonesia (PPUMI), untuk memberikan kesempatan dan tempat dalam mengikuti even-even pameran untuk mengenalkan produk, baik yang sudah dibina ataupun belum dibina. Pembinaan produk menginformasikan dan menyuluh proses pendaftaran usaha baik secara online ataupun langsung pada Dinas Perindustrian dan Kemenag.

Pengenalan produk dilakukan pada even nasional dan lokal antara lain acara pameran di Muktamar IDI XXI yang merupakan even nasional dan Expo Produk UMKM Pengenalan Pembayaran Cepat atau *Quick Response Code Indonesian Standar* (QRIS) dan lainnya. Dalam proses pengenalan produk dilakukan penjelasan-penjelasan kepada pengunjung tentang asal usul makanan atau produk asal Aceh dan dilanjutkan dengan penjelasan-penjelasan lainnya seperti cara menggunakan, mengolah dengan baik dan lainnya, meskipun produk yang bersangkutan sudah membuat ingrediendan cara pengolahannya secara singkat. Pembinaan yang lain dilakukan dengan menjelaskan kebutuhan pengemasan produk, dan izin-izin yang harus dimiliki sebuah UMKM yang akan dituliskan pada kemasan produk UMKM.

### **Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

Pengenalan produk dilakukan yang dilaksanakan diberbagai tempat dan Even di Kota Banda Aceh yaitu pada bulan 22-24 Maret 2022 yaitu pembinaan dan pengenalan produk UMKM pada di Kota Banda Aceh termasuk yang mengikuti Even Muktamar Ikatan Dokter Indonesia secara Nasional

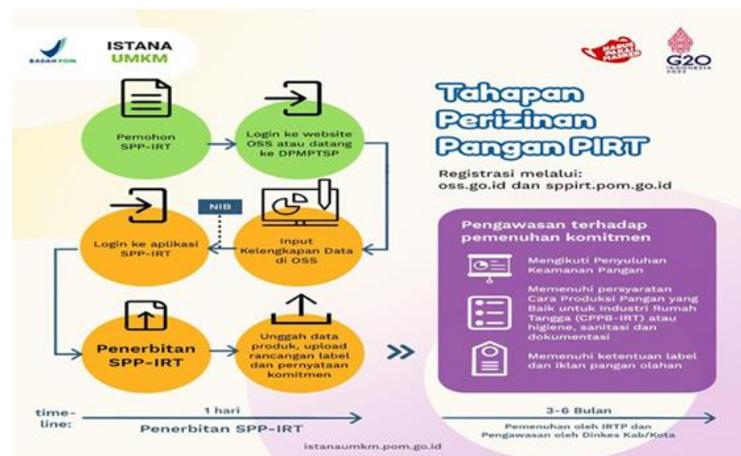
bertempat di Convention Hall Lampineung Banda Aceh. Acara Meugah Festival 2022 dengan Tema Membangun Ekosistem Keuangan Digital Aceh untuk memperkenalkan QRIS pada UMKM pada tanggal 27 Maret 2022.

Pengurusan perizinan usaha dilakukan melalui OSS (Online Single Submission) atau Perizinan usaha yang terintegrasi secara elektronik. Pengajuan permohonan NIB oleh pelaku usaha dilakukan sebagai :

1. Mengajukan Akta perusahaan dengan bukti pengesahan dari Kementerian Hukum dan HAM.
2. Mengajukan Akta perusahaan yang sesuai menyesuaikan dengan peraturan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2017.
3. KTP dan NPWP pemilik usaha
4. Bukti tempat usaha dalam bentuk kepemilikan, baik bukti usaha dimiliki sendiri ataupun tempat menyewa.
5. NPWP perusahaan.
6. Wajib menyelesaikan kewajiban pajak, badan usaha harus menyelesaikan kewajibannya, terlebih dahulu. Urusan pajak ini syarat penting.
7. Menggunakan alamat email aktif perusahaan.

Setelah mempersiapkan persyaratan baru dapat mengurus dan mengajukan permohonan NIB perusahaan. NIB Online Pelaku Usaha Login [oss.go.id](http://oss.go.id) dan mengupload semua bahan persyaratan yang telah ditentukan di atas dan dapat mengikuti cara seperti diarahkan pada link [Cara Membuat NIB Online Gratis untuk UMKM – iREAPPOS News & Tips](#).

Pembinaan lainnya memberi informasi, penjelasan dan bantuan kepada pelaku usaha untuk mendaftarkan produknya mengenai IRT. Penyuluhan dan bantuan untuk perizinan produk pangan P-IRT kepada UMKM. Alur dan Persyaratan Perizinan Produk Pangan P-IRT ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1 Tahapan Perizinan Pangan P-IRT.

## Sasaran Penerima Manfaat

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pelaku UMKM di Kota Banda Aceh terutama UMKM yang memproduksi makanan baik makanan frozen maupun yang tahan lama. Penerima manfaat pelatihan ini terdiri atas sebanyak 10 UMKM pendampingan yang juga mengikuti Even pameran pada Mukhtar XXXI dan Aceh Meugah Festival di Kota Banda Aceh Provinsi Aceh

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pembinaan UMKM

Pembinaan UMKM dimulai dengan mengarahkan pengurusan NIB yaitu Nomor Induk Berusaha yang digunakan sebagai nomor identitas bagi para pelaku usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha sesuai dengan bidang usahanya masing-masing. Disamping itu NIB juga berlaku sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), untuk mempersiapkan jika usaha tersebut akan melakukan impor dan Akses Kepabebean jika usaha melakukan kegiatan ekspor dan impor.

Jenis produk Produk yang dibina adalah kelompok usaha rumah tangga seperti kue kering bakar dan kue bawang, sambal goreng kentang, kue bolu gulung, bumbu-bumbu terdiri atas 10 macam bumbu khas Aceh, bawang goreng, Bolu Gulung, baju hijab syarii, parfum dan Mukena.



Gambar 2 Pendampingan Produk UMKM oleh Dosen FEB USK

### Pengenalan Produk UMKM

Pengetahuan produk, bahan baku, dan pemakaian. Pengetahuan tentang suatu produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, yang meliputi kategori produk, merek, terminologi produk atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Pengetahuan pemakaian Produk mencakup informasi manfaat setelah produk tersebut dikonsumsi oleh konsumen. Konsumen akan memperoleh manfaat dan kepuasan yang tinggi jika mengonsumsi produk dengan benar. Produsen memiliki kepentingan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen, bagaimana menggunakan produk dengan benar (Engel, Blackwell, dan Miniard, 2001). Peter dan Olson (1999) membagi tiga jenis pengetahuan produk yaitu:

1. Pengetahuan Atribut Produk, yang dibedakan ke dalam atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik suatu produk, sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif suatu produk dari sisi pandang konsumen.

*Sartiyah, Muhammad Nasir Muhammad Haris Riyaldi, Nurma Sari, Eka Nurlina, Syarifah Evi Zuhra, Susanna, Evi ramadhani, Siti Rusdiana dan Inayatillah*

2. Pengetahuan Manfaat Produk, manfaat yang ia rasakan jika mengkonsumsi suatu produk, bukan mengenai atributnya.

Agar informasi produk sampai kepada konsumen dengan informasi yang baik maka harus dilakukan pengenalan produk kepada konsumen secara luas agar banyak dikenal konsumen, baik pameran bersifat lokal maupun nasional. Mengawali kegiatan pengenalan produk UMKM dilakukan upaya untuk melakukan kerjasama dengan pihak terkait yang melakukan kerjasama pada even pertemuan, ekspo dan muktamar. Upaya dosen FEB USK bekerjasama dengan PPUMI dan Disperindag untuk mendapat kesempatan Pameran di Even Muktamar dengan membawa lebih dari 10 jenis produk UMKM yang dipamerkan. Gambar 2 dan 3 menunjukkan kerjasama berbagai Lembaga untuk memberi kesempatan dan tenda yang disediakan untuk mengikuti pameran di Muktamar XXI pada 22-24 Maret 2022.



Gambar 3 Kerjasama FEB USK, dan pelaku Usaha UMKM dengan PPUMI dan Disperindag

Pengenalan produk oleh dosen FEB USK dan Lembaga tersebut di atas juga dilakukan pada Pameran Meugah Festival bekerjasama Bukopin dan Bank Indonesia pada tanggal 27 Maret 2022



Gambar 4 Pengenalan Produk UMKM pada Pameran Muktamar IDI XXXI dan Aceh Meugah Festival di Banda Aceh

## **PENUTUP**

Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan pendampingan dan pengenalan produk UMKM di Banda Aceh disimpulkan bahwa pendampingan dilakukan dengan memberikan informasi dan pelatihan untuk melakukan pengurusan NIB dan P-IRT di Lembaga terkait,

agar produk mempunyai identitas dan terlindungi secara undang-undang dan memiliki Hak jelas dimana hukum. Selanjutnya dilakukan pengenalan produk yang diawali dengan kerjasama dengan Disperindag, PPUMI, Bank Indonesia agar mendapat tempat dan kesempatan dalam memamerkan dan mengenalkan produk kepada masyarakat baik local maupun nasional. Saran pengabdian untuk pengabdian masyarakat ke depan adalah melaksanakan pendampingan berupa pengurusan dan proses sertifikasi halal dan penyediaan infrastruktur yang diperlukan UMKM, agar lebih banyak UMKM yang dapat berdaya serta digitalisasi dalam bidang pemasaran produk.

## REFERENSI

- Aisyah, S. (2020). Laporan Penelitian Dampak Pandemi COVID-19 bagi UMKM serta Strategi E-Marketing UMKM di Indonesia. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. [http://repository.uinsu.ac.id/10168/1/LAPORAN PENELITIAN-SITI AISYAH%20M.M.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/10168/1/LAPORAN%20PENELITIAN-SITI%20AISYAH%20M.M.pdf)
- Bank Indonesia (2021). Laporan Penelitian Komoditas/Produk/Jenis Usaha (KPIU) Unggulan UMKM di Propinsi Aceh Tahun 2001. Bank Indonesia: Banda Aceh
- Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W, Engel, James F. 2001. Consumer Behavior Ninth Edition. Orlando: Harcourt, Inc.
- Dani. (2018). *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang*. Semarang: UNDIP.
- Dinas Koperasi dan UKM Aceh (2021). <https://diskop.acehprov.go.id>
- Pakpahan, A. (2020). Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0), 59–64. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>.
- Prajanti, S. D. W., Sumastuti, E., Purwani, T., Soliha, E., Oktavilia, S., Rahutami, A. I., & Mutamimah (Eds.). (2021). *UMKM Jejak, Aksi dan Solusi Saat Pandemi Sebuah Antologi ISEI Bagi Negeri*. Fastindo.
- Peter J, Paul, dan Olson, Jerry C, *Consumer Behaviour and Marketing Strategi*, 4th ed Irwin, Jakarta 1999.
- Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W, Engel, James F. 2001. Consumer Behavior Ninth Edition. Orlando: Harcourt, Inc.
- (2022), Portal Informasi Bisnis Terkini. [Apa Itu Izin PIRT \(Pangan Industri Rumah Tangga\)](https://id.berita.yahoo.com/cara-bikin-nib-online-mudah-032037296.html) <https://id.berita.yahoo.com/cara-bikin-nib-online-mudah-032037296.html>
- 2022., Ireap News. <https://www.ireapnews.com/news/id/cara-membuat-nib-online/>