

**Perbaikan Tata Kelola Bisnis Untuk Meningkatkan Eksistensi
Pada UMKM Rempah Bubuk di Desa Gajahrejo Malang**
*Improvement of Business Governance to Increase the Existence of
Powdered Spice MSMEs in Gajahrejo Village, Malang*

Rachmad Nurofiq Ramantyo¹, Agus Hermawan², Agung Winarno^{3*}

^{1,2,3}Universitas Negeri Malang

Email: rachmad.nurofiq.2004137@students.um.ac.id¹,

agus.hermawan.fe@um.ac.id², agung.winarno.fe@um.ac.id³

*Corresponding author: agung.winarno.fe@um.ac.id³

ABSTRAK

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) berkontribusi besar bagi perekonomian nasional, namun banyak dari para pelaku usaha tersebut yang mengabaikan perizinan usahanya dan kurang mengoptimalkan potensi pemasaran produk melalui media online. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memperbaiki tata kelola bisnis untuk meningkatkan eksistensi usaha. Mitra usaha pada kegiatan ini adalah usaha rempah bubuk milik bapak Siswoyo yang berlokasi di desa Gajahrejo, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang. Permasalahan pada mitra usaha ini meliputi belum memiliki nama merek dagang, izin usaha, pemasaran produk secara konvensional dengan menitipkan produk pada toko sekitar, dan tempat usaha yang kurang strategis. Metode yang digunakan dalam mengatasi sejumlah permasalahan tersebut terbagi menjadi beberapa tahapan meliputi tahap awal berupa pendampingan untuk pembuatan merek dagang dan logo, tahap pengurusan perizinan usaha dan Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI), dan tahap pelatihan memasarkan produk melalui media online. Hasil dari adanya kegiatan pengabdian ini, pemilik Empon Jawa lebih patuh pada aturan usaha yang dibuat pemerintah dan mampu berbenah memperbaiki tampilan pemasaran produk onlinenya, sehingga dengan adanya beberapa kemajuan ini diharapkan dapat menstimulan UMKM rempah bubuk desa Gajahrejo dalam meningkatkan eksistensi usahanya.

Kata Kunci: desa gajahrejo; HAKI; izin usaha; merek dagang; rempah bubuk

ABSTRACT

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) contribute greatly to the national economy, but many of these business actors ignore their business licenses and do not optimize the potential of online media in marketing their products. The purpose of this service activity is to improve business governance to improve business existence. The business partner in this activity is the spice powder business owned by Mr. Siswoyo which is located in the village of Gajahrejo, Gedangan District, Malang Regency. Problems that occur in these business partners include no trademark name, business license, conventional product marketing by entrusting products to nearby stores, and less strategic business places. The method used to overcome these problems is divided into several stages including the initial stage in the form of assistance for the manufacture of trademarks and logos, the stage of obtaining business licenses and Intellectual Property Rights (IPR), and the stage of training to market products through online media. The results of this activity, the owner of Empon Jawa is more obedient to the business rules made by the government and is able to improve the appearance of online product marketing, so that with some of these advances it is hoped that this can stimulate SMEs in Gajahrejo village to increase their business.

Keywords: business license; Gajahrejo Village; intellectual property rights; powder Spices; trademark

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi nasional. Hal itu karena kontribusinya yang besar pada penyerapan jumlah tenaga kerja dan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Eksistensi UMKM memang tidak bisa diragukan lagi karena telah terbukti dapat bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Sementara itu, terdapat beberapa permasalahan yang umum dihadapi oleh pelaku usaha ini seperti terbatasnya modal kerja, kualitas sumber daya manusia yang rendah, dan minimnya pemahaman ilmu pengetahuan dan teknologi (Harto dkk., 2019).

Pada masa keterbukaan informasi dan teknologi yang semakin maju ini, para pelaku usaha kecil seakan dituntut untuk selalu siap melakukan inovasi peningkatan standart, kualitas, dan desain produk sebagai identitas pembeda agar dapat sesuai dan diterima oleh pasar global (Ridho dkk., 2019). Persaingan ketat akibat adanya keterbukaan pasar dalam negeri dan global membuat pembinaan UMKM dirasa semakin perlu untuk dilakukan. Pembinaan

terhadap pelaku usaha tersebut penting dilakukan dengan tujuan utama untuk meningkatkan kemandirian pelaku usaha yang salah satu ditandai dengan munculnya kreativitas UMKM dalam setiap menjalankan operasional usahanya (Puspita dkk., 2020).

Dengan adanya peningkatan kemandirian pelaku usaha kecil maka diharapkan dapat berimbas pada peningkatan pendapatan, kesempatan kerja, dan kemakmuran masyarakat secara umum serta (Kusmanto & Warjio, 2019). Indikator peningkatan kemandirian UMKM sendiri dapat dinilai dari tingkat keberhasilan pelaku usaha dalam bersaing membuat inovasi produksi, dan pemasaran produk ditingkat global dalam upayanya mengatasi ketertinggalan (Mochamad Mas'ud, 2017).

Pengurusan perizinan usaha dan hak atas kekayaan Intelektual menjadi upaya yang hendaknya dilakukan oleh pelaku usaha sebagai bentuk kemadiriannya dalam mempertahankan eksistensi usaha. Namun seringkali ditemukan pelaku usaha kecil yang mengabaikan sektor tersebut karena kurangnya

pemahaman akan pentingnya perlindungan hukum yang telah difasilitasi oleh negara.

Kemudian dalam operasioanl pemasaran produk, pengoptimalan promosi secara online sangat perlu dilakukan. Kegiatan jual beli melalui media online memiliki berbagai keunggulan yang memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jaringan pemasarannya (Puspita dkk., 2020). Pemasaran yang dilakukan melalui media online mampu memangkas biaya hingga 80% dan mampu memperluas jaringan pemasaran secara cepat (Maftuhah & Rafsanjani, 2019).

Sementara itu, Mitra pada kegiatan pengabdian ini adalah usaha bubuk rempah di desa Gajahrejo. Usaha olahan rempah menjadi bubuk minuman dan campuran masakan ini dirintis oleh bapak Siswoyo pada bulan Juni 2021. Dalam melakukan produksi bubuk rempah, bapak Siswoyo dibantu dengan istrinya dan apabila lagi banyak pesanan maka melibatkan beberapa ibu-ibu paguyuban desa Gajahrejo. Tempat produksi rempah bubuk ini berada di kediaman bapak Siswoyo yang berlokasi di Dusun Krajan RT 001/

RW 001, Desa Gajahrejo, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang.

Berdasarkan pada hasil observasi yang pengabdi lakukan pada awal kegiatan mengenai UMKM bubuk rempah milik bapak Siswoyo ini, diperoleh beberapa permasalahan yang dihadapi dilapangan. Beberapa permasalahan yang muncul meliputi:

1. Belum ada logo dan merek yang melekat pada setiap varian produknya
2. Belum ada bentuk perizinan produksi apapun yang melekat pada tempat usaha dan produk.
3. Pemasaran produk dilakukan secara konvensional dengan menitipkan produk pada toko atau warung di wilayah sekitar dan toko pribadi yang letaknya kurang strategis.

Sejumlah permasalahan yang ada membuat pemasaran produk Empon Jawa kesulitan untuk memperluas jaringan pemasaran, sehingga pengabdi berupaya untuk mendampingi menyelesaikan permasalahan dengan membantu memperbaiki manajemen pemasaran dari Empon Jawa.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian ini merupakan program kemitraan Universitas Negeri Malang dengan kelompok UMKM mitra yang berada di desa Gajahrejo, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang yang berlangsung efektif selama kurang lebih 4 bulan mulai bulan September 2021 s/d Desember 2021 didasari atas sektor usaha yang menjadi bagian pengabdian pada program ini yakni usaha rempah bubuk di desa tersebut. Metode pelaksanaan yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini terdiri atas tiga tahapan yang dapat digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Teknis Kegiatan Pengabdian

Tahapan	Kegiatan
Tahap Awal	Pendampingan pembuatan nama merek dan logo
Tahap Pengurusan Legalitas	Pendampingan pembuatan perizinan usaha dan Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI)
Tahap Akhir	Pelatihan memasarkan produk melalui media online

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian ini diawali dengan kegiatan observasi awal yang pengabdian lakukan pada tanggal 14 September 2021, kegiatan ini penting untuk dilakukan dengan

tujuan untuk mengenal dan mengidentifikasi permasalahan pada UMKM rempah bubuk. Pemilik UMKM rempah bubuk bersikap kooperatif dan terbuka sehingga observasi awal yang pengabdian lakukan pada saat itu berjalan dengan baik. Dengan bekal pemahaman yang pengabdian peroleh dari permasalahan usaha rempah bubuk maka diharapkan dapat disusun langkah strategis berupa konsep dan teknis dari kegiatan pengabdian berikutnya.

Secara umum UMKM mempunyai tujuan dan tantangan yang tidak berbeda dengan usaha besar lainnya, sebagai contoh kecerdikan dan keakuratan pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang dengan baik menjadi hal penting untuk meningkatkan volume penjualan dan profit. Namun, banyak UMKM yang belum memahami dan mengoptimalkan teknologi melalui media online yang dapat membantu mereka dalam memasarkan produknya secara efektif dan efisien (Maftuhah & Rafsanjani, 2019).

Selain pada aspek pemasaran melalui media online, upaya pelaku usaha dalam peningkatan eksistensi usahanya hendaknya mereka

memperhatikan pada aspek hukum yang dalam hal ini yakni perizinan usaha. Birokrasi perizinan usaha yang dirasa rumit dan ketersediaan waktu yang terbatas menjadi salah satu faktor utama yang melatarbelakangi perilaku pelaku usaha untuk mengabaikan hal ini. Padahal dengan diperolehnya perizinan dalam waktu yang singkat, maka UMKM dapat memperoleh legalitas usaha, bantuan modal usaha, akses pendampingan usaha dari pemerintah, dan kesempatan mendapatkan bantuan pemberdayaan dari pemerintah (Kusmanto & Warjio, 2019). Usaha yang mengabaikan sektor legalitas dikhawatirkan dapat melemahkan kemampuan berkompetisi pada perasingan pasar (Djakfar & Isnaliana, 2021).

Selain itu dalam memulai bisnis banyak dari UMKM yang juga tidak memperhitungkan pengurusan perlindungan atas hasil kekayaan intelektual (HKI). Sehingga seringkali ide pemikiran, karya, ataupun hasil produk unik yang mereka ciptakan mudah untuk diambil alih oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Hal ini tentu sangat merugikan bagi pelaku usaha

tersebut. Padahal dalam memulai bisnis seharusnya pengurusan perlindungan kekayaan intelektual segera dilakukan karena hal ini dapat menyelamatkan usaha mereka di masa-masa sulit (Yanto dkk., 2020).

Begitupula dengan yang terjadi pada mitra usaha rempah bubuk, beberapa permasalahan baik dalam aspek pemasaran melalui media digital, perizinan usaha, dan perlindungan HAKI menjadi pekerjaan yang belum tersentuh. Sehingga atas dasar identifikasi permasalahan utama tersebut maka berikut kegiatan dan penjelasan mengenai tahapan-tahapan yang pengabdian lakukan untuk memperbaiki tata kelola bisnis usaha rempah bubuk, yakni sebagai berikut:

1. Tahap awal berupa pendampingan pembuatan merek dagang dan logo

Merek merupakan penamaan, istilah, simbol, atau *design* yang dinampakkan untuk mengidentifikasi produk usaha dan juga berfungsi untuk membedakan dengan produk pesaing. Strategi pemerekan dapat dipadukan dengan strategi produk (Khairani & Pratiwi, 2018). Dengan adanya nama merek yang bagus maka

akan memiliki pengaruh pada peningkatan kualitas produk (Basri & Qashlim, 2018). Kemudian bagian yang juga tidak kalah penting dengan merek yakni logo merek (*brand mark*). Salah satu indikator dari logo merek yang bagus yakni dapat memberikan makna dan sambutan positif pada para target pasar yang dituju.

Oleh karena itu, pembuatan nama merek dan logo merek merupakan bagian sentral yang menjadi identitas usaha dan merupakan bagian dari strategi pemerekan (*branding*). Namun, kedua hal ini baik nama merek maupun logo merek pada UMKM rempah bubuk belum dirumuskan sehingga tidak ditemukan identitas pada setiap produk yang dihasilkan. UMKM rempah bubuk selama ini hanya mencantumkan nama varian rasa atau bahan utama yang melekat dari masing-masing produknya. Berikut gambar varian produk Empon Jawa:



Gambar 1. Varian produk UMKM rempah bubuk

Langkah awal yang dilakukan pengabdian dalam mengatasi permasalahan ini yakni dengan terlebih dahulu memberikan pemahaman kepada pemilik akan pentingnya merek dan logo merek dengan cara memberikan contoh produk-produk yang telah umum dipasarkan. Sehingga dengan pendekatan tersebut, pemilik UMKM rempah bubuk pada akhirnya juga memahami akan pentingnya merek dan logo merek. Kemudian langkah selanjutnya, pengabdian berdiskusi dengan pemilik usaha untuk menentukan nama merek sampai pada akhirnya disepakati nama merek “Empon Jawa” dan pengabdian membantu membuat desain logo mereknya sebagaimana gambar berikut:



Gambar 2. Desain logo merek Empon Jawa

Logo Empon Jawa yang telah pengabdian bantu buat dengan

sepengetahuan dan kesepakatan pemilik UMKM selanjutnya akan melekat dalam label yang berada pada setiap varian produk rempah bubuk sebagai identitas yang membedakan dengan produk pesaing.

2. Tahap pendampingan pembuatan perizinan usaha dan HAKI

Berdasarkan pada ketentuan PP No. 24 tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Integrasi secara Elektronik, dijelaskan bahwa Nomor Induk Berusaha (NIB) didalamnya telah merangkap nomor identitas dengan fungsi berlapis yang meliputi Angka Pengenal Impor (API), Tanda Daftar Perusahaan (TDP) dan Akses Kepabeanaan perusahaan dalam kegiatan ekspor – impor. NIB juga menjadi dasar persyaratan dalam pengurusan legalitas usaha lainnya yang pengurusannya dapat dilakukan secara online melalui website lembaga online single submission (OSS).

Fasilitas pengurusan NIB secara online membuat proses pendampingan pengurusan izin usaha ini berlangsung relatif mudah dan

cepat. Berikut hasil dari pendampingan pembuatan perizinan tahap awal dari UMKM Empon Jawa yang ditandai dengan terbitnya seri NIB pada potongan gambar berikut:



Gambar 3. NIB UMKM Empon Jawa

Empon Jawa merupakan usaha mengolah rempah menjadi bubuk minuman dan bumbu masak yang beroperasi di wilayah Kabupaten Malang. Sehingga perizinan usaha yang perlu dilakukan setelah pembuatan NIB yakni pembuatan perizinan pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) yang diterbitkan oleh dinas kesehatan setempat. Pendampingan pembuatan PIRT diawali dengan pengisian formulir pendaftaran dan melengkapi sejumlah persyaratan yang telah ditentukan.



Gambar 4. Proses Pengisian Formulir Pendaftaran PIRT

Setelah formulir dan sejumlah berkas pendaftaran sudah lengkap selanjutnya pengabdi melakukan pendampingan pendaftaran PIRT ke Dinas Kesehatan Kabupaten Malang yang berlokasi di Jalan Panji No 120, Panarukan, Kec. Kepanjen, Kabupaten Malang. Berikut tanda bukti pendaftaran Empon Jawa dan penerimaan berkas persyaratan PIRT oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Malang:



Gambar 5. Tanda Terima Pendaftaran PIRT Empon Jawa

Pendampingan pembuatan perizinan berikutnya dilanjutkan dengan pembuatan surat UMKM binaan yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro daerah setempat. Berkas yang dibutuhkan untuk pengurusan surat tersebut yakni fotocopy KTP dan NIB pemilik usaha. Dan berikut surat yang menyatakan Empon Jawa sebagai UMKM binaan dari Dinas

Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Malang:



Gambar 6. Surat UMKM binaan dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Malang

Setelah serangkaian pengurusan perizinan usaha dilalui, selanjutnya pengabdi membantu mendaftarkan merek dagang dan logo dari Empon Jawa secara online melalui melalui website: <http://merek.dgip.go.id/>.

Untuk mendaftarkan hak merek UMKM yang perlu disiapkan yakni:

1. Etiket/Label Merek (Format: JPG)
2. Tanda Tangan Pemohon (Format JPG)
3. Surat UMKM Binaan dari Dinas terkait (Format PDF)
4. Surat Pernyataan UMKM Bermaterai (Format PDF)



Gambar 7. Pendampingan daftar hak merek UMKM Empon Jawa

Dalam mendaftarkan merek dagang, pemerintah memberikan UMKM tarif khusus sebesar Rp 500.000/kelas merek. Empon Jawa memproduksi rempah menjadi bubuk minuman dan bumbu masak sehingga masuk pada 2 kategori kelas merek yakni kelas 30 dan 32. Berikut gambar tanda terima pendaftaran hak merek:

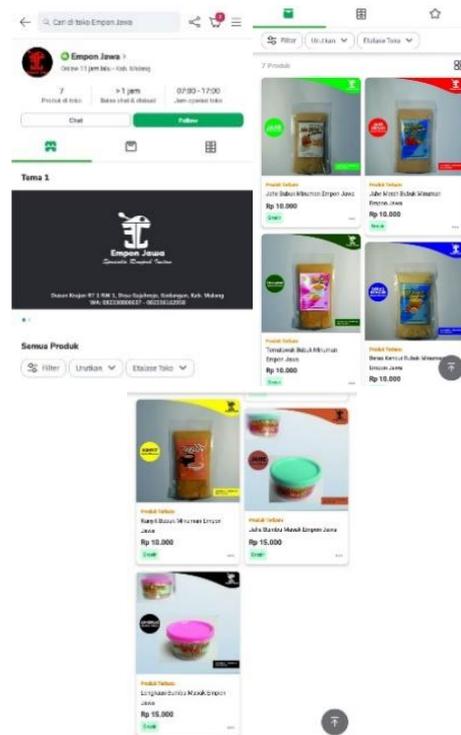
FORMULIR PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK INDONESIA	
APPLICATION FORM OF INDOONESIAN TRADEMARK REGISTRATION	
Data Pemohonan (Applicant)	
Nama Pemohonan Number of Applicant	IP2022121463
Jenis Pemohonan Type of Applicant	Online Filing
Alamat Pemohonan Address of Applicant	020202077077
Alamat Pemohonan Address of Applicant	Markas Daging
Tanggal Pendaftaran Registration Date	2022.12.12 10:49:13
Jenis Pendaftaran Type of Application	Usaha Milik dan Usaha Rami
Kategori Merek Mark Type	Mark Type of Application
Data Merek (Description of Mark)	
Tipe Merek Type of Mark	Merek Kata dan Lukisan
Nama Merek Name of Mark	Empon Jawa
Deskripsi Description	Bahan Makanan Berwujud 32 dan 30 dan Empon Jawa (Daging-Legume)
	

Gambar 8. Tanda terima pendaftaran Hak Merek Empon Jawa

3. Tahap akhir berupa pembuatan dan pengoperasian digital marketing melalui media sosial

Pemasaran merupakan aspek penting yang menjadi ujung tombak utama dalam suatu usaha. Pada masa keterbukaan informasi dan kemajuan teknologi digital aktivitas pemasaran juga mengalami perubahan yang

sangat pesat. Oleh karena itu, sebagai upaya digitalisasi pemasaran dan meningkatkan eksistensi produk usaha maka pengabdian membantu membuat toko online Empon Jawa melalui tokopedia. Berikut gambar tampilan toko online dari Empon Jawa:



Gambar 9. Tampilan Tokopedia Empon Jawa

Setelah membantu membuat toko online melalui tokopedia selanjutnya pengabdian memberikan pelatihan mengenai cara mengoperasikan dan mengoptimalkan operasionalnya.

KESIMPULAN

Hasil program pengabdian ini diperoleh bahwa sebelum adanya

program pengabdian, pelaku UMKM rempah bubuk belum memahami dan menyelesaikan sejumlah permasalahan terkait merek, legalitas usaha, HAKI dan pemasaran digital dari usahanya. Namun setelah dilaksanakan kegiatan pengabdian ini, pemilik usaha yang sebelumnya mengesampingkan pengurusan perizinan usaha dan pemanfaatan pemasaran digital, kini pemilik Empon Jawa lebih patuh pada aturan usaha yang dibuat pemerintah dan mampu berbenah memperbaiki tampilan pemasaran produk onlinenya, sehingga dengan adanya beberapa kemajuan ini diharapkan dapat menstimulan UMKM rempah bubuk desa Gajahrejo dalam meningkatkan eksistensi usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basri, B., & Qashlim, A. (2018). Pemberdayaan UMKM Desa Kunyi Melalui Potensi Umbi Gadung dengan Pendekatan Promosi berbasis Teknologi. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 44–49.
- Djakfar, I., & Isnaliana, I. (2021). Model Pendampingan Pengurusan Sertifikasi Produk Makanan Halal bagi UMKM dalam Mendukung Banda Aceh Menjadi Kota Wisata Halal. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 80–88.
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39.
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43.
- Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 324.
- Maftuhah, R., & Rafsanjani, H. (2019). Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Produk Usaha Rumahan Krupuk Bawang dan Kripik Sukun. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 227.
- Mochamad Mas'ud. (2017). Pemanfaatan Teknologi Sistem Informasi untuk Meningkatkan Penjualan Hasil Produk UMKM Logam di Kota Pasuruan. *Engagement : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 185–197.
- Peraturan Pemerintah No. 24 tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Integrasi secara Elektronik

- Puspita, V. A., Veranita, M., & Gunardi, G. (2020). Perbaikan Tata Kelola Bisnis UMKM Kerupuk Kulit Singkong menuju Ketahanan Bumdes Jagabaya. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 29–37.
- Ridho, M. R., Simanjuntak, P., & Ningsih, D. (2019). PKM Ecommerce, Packaging Design dan Manajemen Pemasaran untuk Usaha Kuliner Kota Batam. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 21.
- Yanto, O., Nugroho, A., Santoso, B., & Gueci, R. S. (2020). *Sosialisasi Kekayaan Intelektual Guna Menumbuhkembangkan Usaha dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global pada Revolusi 4.0*. 1, 6.