

Pengembangan UMKM Melalui Strategi Pemasaran Dan Penguatan Legalitas Usaha (NIB, PIRT, Halal)

Feti Fatimah¹⁾, Rusdiyanto²⁾, Jekti Rahayu³⁾, Seno Sumowo⁴⁾

Universitas Muhammadiyah Jember^{1),2),3)4)}

Email: fetifatimah@unmuhjember.ac.id¹⁾, rusdiyanto@unmuhjember.ac.id²⁾, jektirahayu@unmuhjember.ac.id³⁾, senosumowo@unmuhjember.ac.id⁴⁾

Diterima: September 2024 | Dipublikasikan: Februari 2025

Abstrak

Wuluhan merupakan kecamatan yang berada pada selatan Kabupaten Jember. Letak Kecamatan Wuluhan dekat dengan Kecamatan Ambulu, Puger serta Balung. Pusat pemerintahannya berada di Desa Dukuh Dempok. Kecamatan Wuluhan terdapat tujuh desa, yaitu: Lojejer, Ampel, Dukuh Dempok, Taman Sari, Glundengan, Tanjungrejo serta Kesilir. UMKM di Desa Kesilir mulai berusaha bangkit lagi setelah terdampak pandemi Covid. Pengembangan yang harus dilakukan oleh UMKM adalah melalui strategi pemasaran dan penguatan legalitas usaha (NIB, PIRT, Halal). Kegiatan yang disepakati antara tim pelaksana dengan mitra antara lain: Pertama menekankan pelatihan dan pendampingan menentukan dan menetapkan strategi pemasaran, serta skala prioritas kedua ditekankan pada pelatihan dan pendampingan tentang penguatan legalitas usaha (NIB, PIRT, Halal).

Kata kunci : Pelatihan, Pengembangan, UMKM, Strategi Pemasaran, Legalitas Usaha

Abstract

Wuluhan is a sub-district located in the south of Jember Regency. The location of Wuluhan District is close to Ambulu, Puger and Balung Districts. The government center is in Dukuh Dempok Village. There are seven villages in Wuluhan District, namely: Lojejer, Ampel, Dukuh Dempok, Taman Sari, Glundengan, Tanjungrejo and Kesilir. MSMEs in Kesilir Village are starting to try to get back on their feet after being affected by the Covid pandemic. The development that must be carried out by MSMEs is through marketing strategies and strengthening business legality (NIB, PIRT, Halal). Activities agreed upon between the implementation team and partners include: First, emphasizing training and assistance in determining and determining marketing strategies, and the second priority scale is emphasizing training and assistance regarding strengthening business legality (NIB, PIRT, Halal).

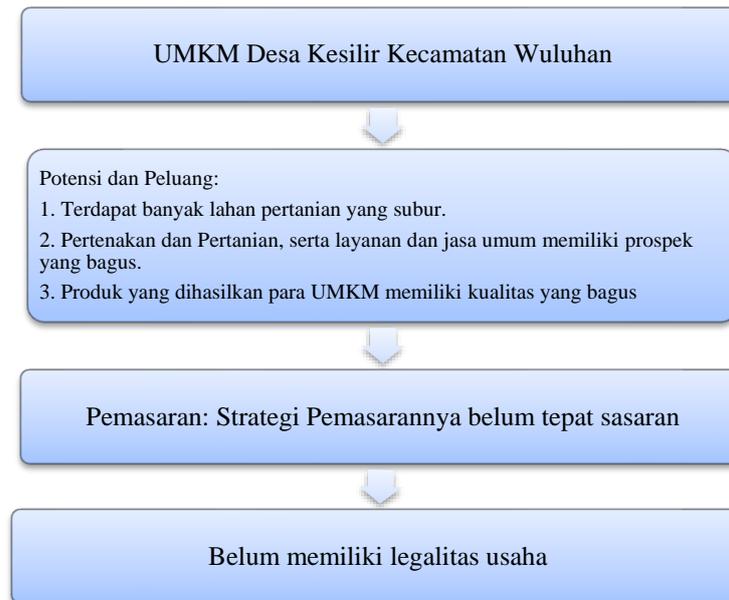
Keywords: Training, Development, MSMEs, Marketing Strategy, Business Legality

Pendahuluan

Kecamatan Wuluhan terletak di selatan Kabupaten Jember dan dekat Kecamatan Ambulu, Puger dan Balung. Pusat pemerintahan kecamatan berada di Desa Dukuh Dempok. Kecamatan Wuluhan terdapat tujuh desa, yakni: Lojejer, Ampel, Dukuh Dempok, Taman Sari, Glundengan, Tanjungrejo serta Kesilir. Desa Kesilir berada di timur Wuluhan, lokasi sangat strategis karena dekat wisata Pantai Papuma dan Terminal Ambulu.

Desa Kesilir terletak di selatan Kabupaten Jember, dengan jarak 32,4 km dengan Universitas Muhammadiyah Jember. Mayoritas masyarakatnya berasal dari suku Jawa. Desa Kesilir secara geografis adalah dataran rendah dengan perbukitan disekelilingnya yang mana terdapat lahan terbuka hijau dengan komoditas utamanya adalah padi. Masyarakat Desa Kesilir mayoritas bekerja sebagai petani. Mata pencaharian lainnya adalah buruh atau mendirikan UMKM dalam bidang perdagangan barang dan jasa misalnya toko sembako, supir angkutan umum, kerajinan dan lainnya. Pada saat COVID banyak UMKM yang gulung tikar dan saat ini mulai berusaha bangkit lagi. Pengembangan yang harus dilakukan oleh UMKM adalah melalui strategi pemasaran dan penguatan legalitas usaha (NIB, PIRT, Halal).

Mitra adalah pelaku UMKM yang ada di Desa Kesilir Kabupaten Jember. Identifikasi masalah yang dihadapi mitra adalah Strategi pemasaran yang ditetapkan belum tepat dan belum memiliki legalitas usaha, sehingga diperlukan penetapan masalah utama yang disetujui bersama untuk diselesaikan selama pelaksanaan program PKMS. Beberapa justifikasi persoalan prioritas yang disepakati antara tim pelaksana dengan mitra adalah Skala prioritas pertama ditekankan pada pelatihan dan pendampingan menentukan dan menetapkan strategi pemasaran dan pendampingan tentang penguatan legalitas usaha (NIB, PIRT, Halal), hal ini dikarenakan penetapan strategi pemasaran harus tepat agar tujuan UMKM segera tercapai dengan efisien dan efektif. Legalitas usaha diperlukan untuk melegalkan usaha sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku. Usaha yang legal akan mempermudah UMKM dalam memasuki pasar yang lebih luas dan konsumen percaya dan merasa aman membeli dan mengkonsumsi produk produk UMKM. Legalitas usaha juga mempermudah UMKM untuk mengakses pembiayaan. Gambaran potensi dan peluang usaha, produksi dan manajemen usaha mitra disajikan pada Gambar 1



Gambar 1 Ringkasan Potensi dan Peluang Usaha Mitra

Metode Pelaksanaan

Analisis Solusi permasalahan mitra yaitu melalui Program Kemitraan Masyarakat Stimulus (PKMS) untuk memajukan UMKM Desa Kesilir dengan pelatihan dan pendampingan menentukan dan menetapkan strategi pemasaran dan pendampingan tentang penguatan legalitas usaha (NIB, PIRT, Halal), karena semakin maju UMKM maka semakin sejahtera masyarakatnya terutama masyarakat Desa Kesilir karena dapat menyerap banyak tenaga kerja. Permasalahan prioritas yang dititikberatkan dalam hal ini yakni:

- a. Skala prioritas pertama ditekankan pada pelatihan dan pendampingan penentuan strategi pemasaran.
- b. Skala prioritas kedua ditekankan pada pelatihan dan pendampingan tentang penguatan legalitas usaha (NIB, PIRT, Halal).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka solusi terbaik bagi mitra usaha pada Program Kemitraan Masyarakat ini lebih difokuskan pada:

- a. Penentuan strategi pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap kemajuan usaha (Fatimah & Tyas, 2020) (Ariefin et al., 2024). Pelatihan dan pendampingan kepada mitra tentang penentuan strategi pemasaran yakni:
 - 1) Pelatihan dan pendampingan menentukan kekuatan dan kelemahan usahanya.
 - 2) Pelatihan dan pendampingan tentang bagaimana menentukan peluang dan ancaman usahanya.

b. Legalitas usaha meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan dalam segala situasi. (Saragih & Elisabeth, 2020). Pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran dan penguatan legalitas usaha (NIB, PIRT, Halal) bertujuan agar UMKM dapat menetapkan strategi pemasaran yang tepat dan legalitas usahanya terjamin.

Tahapan yang dilaksanakan supaya solusi penyelesaian masalah mitra agar terlaksana dirinci dalam Tabel 1 dan Gambaran Metode penerapan penetapan strategi manajemen dan penguatan legalitas usaha yang akan ditransfer kepada Mitra diterangkan dalam Tabel 2.

Tabel 1 Tahap Menyelesaikan Masalah Mitra

Tahap	Keterangan
Tahap 1	Penentuan pemecahan masalah utama mitra.
Tahap 2	Pelatihan dan pendampingan penentuan strategi pemasaran dan penguatan legalitas usaha.
Tahap 3	Evaluasi dan Pendampingan setelah kegiatan pelatihan

Tabel 2 Gambaran Metode Penerapan Strategi Pemasaran Dan Penguatan Legalitas Usaha (NIB, PIRT, Halal) yang akan Ditransfer kepada Mitra

Solusi	Luaran	Tahapan
Pelatihan dan pendampingan penerapan Strategi Pemasaran	Dapat menentukan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat	1. Penentuan kekuatan perusahaan 2. Penentuan kelemahan perusahaan 3. Penentuan peluang perusahaan 4. Penentuan ancaman perusahaan 5. Penentuan dan penetapan strategi pemasaran
Pelatihan dan pendampingan Penguatan Legalitas Usaha (NIB, PIRT, Halal)	Memiliki legalitas usaha (NIB, PIRT, Halal)	Pendampingan dalam mengurus legalitas usaha (NIB, PIRT, Halal)

Untuk menyelesaikan permasalahan mitra usaha, Program Kemitraan Stimulasi Masyarakat mengambil pendekatan pemecahan masalah secara partisipatif. Dengan menggunakan pendekatan pemecahan masalah, diharapkan dapat segera mengidentifikasi dan menyelesaikan permasalahan mitra. Mitra diharapkan berperan dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini, sehingga dilakukan pendekatan partisipatif. Sebab, satu-satunya orang yang mengetahui permasalahan yang terjadi dalam adalah mitra sendiri. Oleh karena itu, mitra perlu ikut serta dalam proses penyelesaian permasalahan

yang dihadapinya, dan tim pengusul hanya sekedar perantara yang memandu mitra dalam menyelesaikan permasalahan tersebut.

Untuk solusi penyelesaian permasalahan mitra, jika mitra memenuhi syarat untuk mengikuti Program Stimulus Kemitraan Masyarakat (PKMS), mitra diharapkan dapat berkontribusi dan berpartisipasi aktif dalam program tersebut. Beberapa mitra yang terlibat dalam pelaksanaan program tersebut adalah:

1. Mitra melakukan koordinasi dengan Tim Pengusul terkait beberapa solusi dan target luaran yang ditawarkan.
2. Mitra terlibat aktif dan responsif dalam kegiatan yang direncanakan. Mitra bersedia untuk melanjutkan program yang telah dilakukan dengan mandiri dan berkelanjutan.

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat menggunakan metode pendekatan dan partisipasi mitra, maka langkah yang dilakukan yakni dengan melakukan pelatihan dan pendampingan secara intensif selama kegiatan Program Kemitraan Masyarakat Stimulus. Sedangkan untuk keberlanjutan program, dapat dipastikan sebelum kegiatan Program Kemitraan Masyarakat Stimulus berakhir masih tetap dapat dilanjutkan oleh mitra secara mandiri dan berkelanjutan serta mitra usaha dapat merasakan dampak meningkatnya kemandirian secara ekonomi.

Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat telah dijalankan di UMKM pada Desa Kesilir Kecamatan Wuluhan Jember dan berjalan dengan lancar. Kegiatan ini dimulai dari kunjungan di beberapa UMKM yang ada di Desa Kesilir dan dilanjutkan pelatihan dan pendampingan penentuan strategi pemasaran dan penguatan legalitas usaha dengan NIB, PIRT dan Halal.

Berdasarkan luaran yang telah direncanakan maka kegiatan ini meliputi :

1. Pelatihan dan pendampingan penerapan Strategi Pemasaran

Analisis SWOT merupakan mengorganisasikan serta analisis kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman usaha UMKM. Kekuatan dan kelemahan berasal dari internal UMKM misalnya reputasi UMKM, hak paten yang dimiliki UMKM, lokasi UMKM dan lain sebagainya. Peluang dan ancaman berasal dari luar UMKM, misalnya pemasok, kompetitor, harga pasar. Peluang dan ancaman ini sulit dikontrol karena sifatnya yang fleksibel dan berfluktuatif dari waktu ke waktu.

Analisis SWOT terdiri beberapa kegiatan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja UMKM. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat

diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan perusahaan lain. Semua UMKM memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnisnya (Sianturi, 2020). Tidak ada UMKM yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis (Rahma Yuandinika et al., 2022). Analisis SWOT merupakan strategi untuk memperbaiki kemampuan bersaing supaya terbentuknya kinerja yang baik dari dalam maupun dari luar UMKM (Mashuri & Nurjannah, 2020).

Menganalisis SWOT UMKM dengan cara meneliti dan observasi kekuatan, kelemahan, potensi dan ancaman UMKM. Setelah itu membantu penentuan strategi pemasaran para UMKM agar dapat bertahan dan bersaing. Setiap UMKM di desa Kesilir memiliki keunikan yang bisa dikembangkan untuk menjadi kekuatan dan potensi yang digunakan sebagai dasar penentuan strategi pemasaran yang diterapkan.

2. Pelatihan dan pendampingan Penguatan Legalitas Usaha (NIB, PIRT, Halal)

Memberikan pengertian kepada para UMKN akan pentingnya legalitas usaha. Legalitas usaha diperlukan untuk menjamin kelangsungan usaha dari hal yang tidak diinginkan dan menjamin bahwa usaha para UMKM legal secara hukum dan diterima oleh masyarakat sekitar. Kegiatan melatih dan mendampingi para UMKM dalam pengurusan legalitas usaha agar proses pengurusannya dapat segera selesai.



Gambar 2 &3. Pelatihan dan Pendampingan Strategi Pemasaran

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Penerapan strategi pemasaran pada UMKM untuk meningkatkan produktifitas dan perkembangan UMKM. Penetapan strategi pemasaran diawali dengan melaksanakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, potensi dan ancaman yang dihadapi UMKM. Inovasi strategi pemasaran baik secara offline maupun online yang tepat dilakukan oleh mitra agar usaha mitra semakin dikenal oleh masyarakat luas.

Usaha UMKM harus memiliki legalitas usaha agar terdapat ketenangan dalam menjalankan usaha dan sebagai jaminan bahwa usaha UMKM tersebut sudah mendapatkan ijin operasi dari pemerintah dan masyarakat. Produk UMKM yang memiliki legalitas lebih dipercaya oleh konsumen dan bisa untuk sebagai bahan promosi.

Saran

Strategi pemasaran dalam proses pembuatan dan penetapan perlu adanya pendampingan supaya strategi yang ditetapkan tepat sasaran atau sesuai dengan kebutuhan UMKM. Semua UMKM harus memiliki legalitas usaha untuk kelangsungan usaha UMKM tersebut dan juga sebagai bahan promosi.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih dan apresiasi diberikan kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Jember Serta Pemerintah dan pelaku UMKM Desa Kesilir Kecamatan Wuluhan Kabupten Jember.

Daftar Pustaka

- Ariefin, M., Azhad, M. N., & Fatimah, F. (2024). the Influence of Education Level, Business Capital, Entrepreneurial Characteristics, Marketing Strategies on Business Development in Msmes Tape in Wringin Bondowoso Village. *Dynamic Management Journal*, 8(2), 375. <https://doi.org/10.31000/dmj.v8i2.10692>
- Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2020). Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(2), 245–253. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3663>
- Feti Fatimah, Imam Suroso, Bambang Irawan and Ika Barokah Suryaningsih (2024). The importance of retail behavior quality to maintain consumers' loyalty: findings from Indonesian micro retail businesses. *Innovative Marketing*, 20(3), 288-300. [http://dx.doi.org/10.21511/im.20\(3\).2024.23](http://dx.doi.org/10.21511/im.20(3).2024.23)
- Fatimah, Feti; MW Tyas, Qomariah, Nurul (2023) The Role of Customer Experience, Switching Barriers and Consumer Satisfaction in Improving Repurchase Decisions in Retail SMEs. *JEFMS Journal*. Vol 06 no 08 2023. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i8-23>
- Fatimah, Feti; Hermawan, Haris. "Effectiveness of Sharia Services and Buying Experience in Retail MSMEs Consumer Loyalty." *Iqtishaduna, jurnal Ekonomi Islam*13, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i2.2012>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Rahma Yuandinika, S., Setyowati, T., & Fatimah, F. (2022). Analysis Of Operational Risk Management in MSMEs In Indonesia. *International Social Sciences and Humanities UMJember Proceeding Series*, 2(3), 1263–1271. <http://proceeding.unmuhjember.ac.id/index.php/iss>
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saragih, R., & Elisabeth, D. M. (2020). Kewirausahaan Sosial Dibalik Pandemi Penelusuran Profil dan Strategi Bertahan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 47–56.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.118>
- Setyowati, T., Az, B. T., & Tobing, D. S. K. (2021). The Role of Organizational Citizenship Behavior in Mediating the Relationship Between Organizational Culture and Job Satisfaction with Employee Performance. *Quality - Access to Success*, 22(185), 220–234. <https://doi.org/10.47750/QAS.185./2229>