

Optimalisasi produksi, *rebranding*, dan strategi pemasaran sabun cuci piring berbasis nilam untuk UMKM di Gampong Peurada, Kota Banda Aceh

Nadia Isnaini^{1,3}, Lydia Septa Desiyana², Vicky Prajaputra^{2,3}, Dara Meutia Panggabean¹, Cutwan Annura Rezkina¹

¹Jurusan Farmasi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh

²Program Studi Ilmu Kelautan, Fakultas Kelautan dan Perikanan, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh

³ARC PUI-PT Nilam Aceh, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh

Penulis korespondensi : Nadia Isnaini

E-mail : nadiaIsnaini@usk.ac.id

Diterima: 24 September 2024 | Direvisi: 04 November 2024 | Disetujui: 05 November 2024 | © Penulis 2024

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun banyak pelaku UMKM masih belum memahami pentingnya legalitas usaha dan strategi pemasaran yang efektif. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di Gampong Peurada, Kota Banda Aceh, mengenai pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merek, perizinan PIRT, serta strategi pemasaran sabun cuci piring berbasis minyak nilam. Kegiatan ini melibatkan 15 peserta yang merupakan ibu rumah tangga dari Gampong Peurada dan dilaksanakan di Training Center USK pada 20-30 September 2024. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi sosialisasi materi terkait legalitas usaha, pemasaran, branding, dan analisis pasar. Selain itu, dilakukan juga penyerahan alat produksi untuk meningkatkan kapasitas produksi UMKM. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk menilai peningkatan pemahaman peserta. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta, seperti peningkatan pemahaman mengenai pentingnya kemasan produk (dari 52,63% menjadi 93,33%) dan proses perizinan PIRT (dari 33,33% menjadi 100%). Dukungan ini diharapkan dapat memperkuat daya saing UMKM di Gampong Peurada dalam menghadapi pasar yang lebih luas dan berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM; legalitas usaha; perizinan PIRT, strategi pemasaran; minyak nilam.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the main pillars of Indonesia's economy, playing a crucial role as drivers of national economic growth. However, many MSME actors are still unaware of the importance of business legality, which often results in the circulation of unlicensed products. This service program aimed to enhance the understanding and capacity of MSMEs in Gampong Peurada, Banda Aceh, particularly in optimizing the production, rebranding, and marketing strategies for dishwashing soap based on patchouli oil. The activity was attended by 15 participants, consisting of local housewives, and took place from September 20-30, 2024. The program included training on trademark registration procedures, PIRT licensing, and effective marketing strategies, followed by the provision of production tools to improve the quality and quantity of the dishwashing soap. Pre-test and post-test evaluations showed a significant improvement in participants' knowledge, especially regarding product branding, packaging, and business legality. The program successfully enhanced the participants' skills, providing them with the necessary tools to expand their market reach and improve the competitiveness of their products.

Keywords: MSMEs; business legality; PIRT licensing; marketing strategy; patchouli oil

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia, berperan penting sebagai penggerak ekonomi nasional. Salah satu aspek krusial dalam pengembangan UMKM adalah legalitas usaha, yang tidak hanya memberikan perlindungan hukum tetapi juga membuka akses permodalan untuk memperluas skala usaha dan meningkatkan daya saing (Maryam et al., 2023; Rohama et al., 2023). Namun, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya legalitas, terbukti dari banyaknya produk tanpa izin edar di berbagai daerah, termasuk di Kota Banda Aceh. Kondisi ini seringkali disebabkan oleh kurangnya pemahaman masyarakat terhadap hak dan kewajiban mereka, termasuk risiko mengonsumsi produk tanpa izin yang tidak terjamin keamanannya (Aisyah et al., 2023; Asyraf et al., 2024; Haikal & Efendi, 2018).

Legalitas usaha memiliki peran sentral dalam menjaga keberlangsungan dan kredibilitas suatu usaha. Dengan memiliki izin yang sah, pelaku usaha tidak hanya mendapatkan kepastian hukum, tetapi juga perlindungan dari pemerintah untuk bersaing secara sehat di pasar (Anugrah et al., 2021). Izin usaha atau legalitas juga berfungsi sebagai identitas resmi yang membuat produk atau jasa yang ditawarkan lebih dapat diterima oleh konsumen (Indrawati & Rachmawati, 2021). Dalam hal ini, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko menjelaskan bahwa usaha dapat dikategorikan berdasarkan tingkat risiko—rendah, menengah, atau tinggi—yang masing-masing memerlukan jenis izin tertentu seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) atau izin tambahan lainnya (Oktaviani & Yasa, 2022).

Selain tantangan legalitas, salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan akses pasar, baik di dalam maupun luar negeri. Dalam upaya memperluas akses tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang efektif, termasuk melalui pengembangan produk dan branding. Branding yang kuat dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif (Ariodutho et al., 2023; Dewi et al., 2020; Rahayu, 2024). Namun, banyak UMKM yang masih kesulitan dalam hal ini karena kurangnya literasi tentang manajemen usaha, mulai dari proses produksi hingga pemasaran. Hal ini menghambat kemampuan mereka untuk menghasilkan produk yang kompetitif, terutama dalam hal kemasan, keamanan produk, dan sertifikasi seperti PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) atau jaminan produk halal (Desiyana et al., 2023; Fahira & Yasin, 2022; Lindayani et al., 2024; Ningsih et al., 2024).

Oleh karena itu, pendampingan dan pembinaan menjadi sangat penting untuk membantu UMKM dalam memahami tata cara pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan perizinan PIRT yang sesuai. Selain itu, sosialisasi mengenai strategi pemasaran dan branding yang efektif dapat memperkuat posisi produk di pasar. Dengan adanya pendampingan yang tepat, diharapkan kualitas dan daya saing produk UMKM dapat meningkat, sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas dan mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

METODE

Tempat dan Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian optimasi produksi, rebranding, dan strategi pemasaran sabun cuci piring berbasis nilam untuk UMKM di Gampong Peurada dilaksanakan di *Training Center* USK yang dihadiri oleh 15 peserta ibu rumah tangga Gampong Peurada. Waktu pelaksanaan pada pengabdian ini yaitu 20-30 September 2024 dimulai dari persiapan kegiatan pengabdian hingga publikasi hasil kegiatan.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini melibatkan tim pengabdian dan mitra pengabdian yaitu Gampong Peurada. Kegiatan ini dilaksanakan dengan memberikan pengetahuan dan bimbingan kepada masyarakat dalam bentuk sosialisasi yaitu pemberian materi terkait dengan tata cara pendaftaran HKI merek dan perizinan PIRT serta marketing untuk produk sabun cuci piring yang meliputi analisa strategi pemasaran dan branding produk. Kegiatan ini juga mencakup penyerahan alat produksi kepada UMKM sabun cuci piring agar produksi lebih optimal.

Optimalisasi produksi, *rebranding*, dan strategi pemasaran sabun cuci piring berbasis nilam untuk UMKM di Gampong Peurada, Kota Banda Aceh

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi menyeluruh terhadap seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan adalah tahapan akhir dalam kegiatan pengabdian ini. Evaluasi ini dilakukan dengan memberikan serta merekap data tingkat pemahaman melalui kuisioner yang diberikan kepada seluruh peserta pengabdian. Hasil dari rekap data tingkat pemahaman peserta dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* yang diberikan kepada seluruh peserta pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan Kegiatan

Proses pengabdian ini berlangsung dalam berbagai tahapan kegiatan yang dimulai dari pemberian edukasi terkait dengan tata cara pendaftaran HKI merek, perizinan PIRT, dan analisa strategi pemasaran hingga penyerahan alat produksi kepada UMKM Gampong Peurada untuk mendukung kegiatan produksi agar lebih optimal. Spanduk kegiatan pengabdian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Spanduk kegiatan pengabdian.

Pemberian Materi Terkait Legalitas Usaha dan Strategi Pemasaran

Pemberian materi dan bimbingan dilakukan melalui presentasi yang dilakukan pada ruang *Training Center* USK, Kopelma Darussalam (Gambar 2).



Gambar 2. Pemberian materi oleh narasumber

Pada sesi tersebut, masyarakat Gampong Peurada diberikan penjelasan mengenai prosedur pendaftaran HKI merek untuk merek produk dan perizinan PIRT. Materi selanjutnya akan dipaparkan tata cara strategi pemasaran produk yang efektif dengan tujuan untuk membantu produk sabun cuci piring dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Materi ini mencakup informasi tentang analisa pasar, nilai tambah produk, tampilan produk, target pasar, dan packaging. Tidak hanya demikian, materi yang

Optimalisasi produksi, *rebranding*, dan strategi pemasaran sabun cuci piring berbasis nilam untuk UMKM di Gampong Peurada, Kota Banda Aceh

dipaparkan juga mencakup elemen apa saja yang perlu dicantumkan pada label produk dan teknik branding produk yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk di pasaran.

Penyerahan Alat Produksi Kepada UMKM Gampong Peurada

Penyerahan alat produksi dilakukan pada ruang Training Center Unsyiah, Kopelma Darussalam (Gambar 3). Penyerahan alat dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi kerja UMKM Gampong Peurada. Peralatan yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi, sehingga proses produksi menjadi lebih efisien, cepat dan menghasilkan produk yang lebih konsisten. Dengan adanya dukungan ini, UMKM di Gampong Peurada diharapkan agar mampu bersaing pada pasar yang lebih luas untuk dapat meningkatkan omzet serta kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.



Gambar 3. Penyerahan alat produksi dan foto bersama

Evaluasi Kegiatan Pengabdian

Evaluasi menyeluruh terhadap seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan adalah tahap akhir dari kegiatan pengabdian ini. Evaluasi ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui kuisioner yang diberikan kepada semua peserta pengabdian. Isi dari *pre-test* dan *post-test* tersebut berupa penilaian tentang strategi pemasaran dan legalitas usaha. Partisipasi dan evaluasi ini melibatkan total 15 responden yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini. Hasil dari analisis *pre-test* dan *post-test* terhadap peserta pelatihan dapat dilihat pada Tabel 1. Berdasarkan hasil dari tabel tersebut, secara keseluruhan dapat dilihat bahwa adanya peningkatan dari *pre-test* dan *post-test* sehingga dapat dikatakan bahwa adanya peningkatan pemahaman masyarakat tentang legalitas usaha dan strategi pemasaran setelah diberikan pemaparan materi melalui presentasi.

Tabel 1. Kuisioner Mengenai Legalitas Usaha dan Strategi Pemasaran Kepada Peserta

Optimalisasi produksi, *rebranding*, dan strategi pemasaran sabun cuci piring berbasis nilam untuk UMKM di Gampong Peurada, Kota Banda Aceh

No	Pertanyaan	% Pre-test	% Post-test
1	Apa manfaat utama minyak nilam dalam produk sabun cuci piring?	94,73	100
2	Mengapa kemasan produk sangat penting dalam pemasaran?	52,63	93,33
3	Apa tujuan dari analisis SWOT dalam pemasaran produk sabun cuci piring berbasis nilam?	24,10	66,67
4	Apa langkah pertama dalam proses perizinan PIRT?	33,33	100
5	Apa yang menjadi salah satu strategi utama untuk meningkatkan daya tarik produk sabun cuci piring?	78,94	80
6	Apa faktor utama yang dianalisis dalam analisis pasar sabun cuci piring berbasis minyak nilam?	46,66	78,94
7	Apa keuntungan utama bagi UMKM yang menggunakan surat pernyataan UKM bermaterai dalam pendaftaran merek?	26,73	80
8	Apa yang dimaksud dengan rebranding dalam konteks produk sabun cuci piring berbasis minyak nilam?	53,33	93,33
9	Apa yang harus diperhatikan dalam menentukan harga sabun cuci piring berbasis minyak nilam?	46,67	80
10	Apa salah satu cara yang dapat dilakukan untuk promosi produk sabun cuci piring secara efektif?	78,94	100

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian ini, pelatihan tentang peningkatan pengetahuan Masyarakat terhadap kosmetika yang aman di Gampong Peurada telah berhasil dilakukn dengan meningkatkan pengetahuan Masyarakat mengenai prosedur pendafatran HKI merek, perizinan PIRT, dan analisa strategi pemasaran. Evaluasi yang dilakukan melalui pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat tentang legalitas usaha dan analisa strategi pemasaran setelah diberikan materi melalui presentasi. Kegiatan ini juga dilakukan penyerahan alat produksi kepada UMKM Gampong Peurada agar mengoptimalkan proses produksi sabun cuci piring sehingga diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi.

Melalui program ini, diharapkan para peserta dapat lebih memahami dan mengimplementasikan berbagai strategi yang diajarkan. Selain itu, penting untuk melakukan evaluasi berkala yang sistematis guna memantau dan memastikan peningkatan kualitas serta daya saing produk UMKM Gampong Peurada.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh panitia kegiatan Optimalisasi Produksi, Rebranding, dan Strategi Pemasaran Sabun Cuci Piring Berbasis Nilam Untuk UMKM di Gampong Peurada, Kota Banda Aceh. Kegiatan pengabdian ini dibiayai oleh Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) melalui Universitas Syiah Kuala sesuai dengan Kontrak Pengabdian Kepada Masyarakat Kompetitif Nasional Tahun Anggaran 2024 Nomor: 115/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024.

DAFTAR RUJUKAN

- Aisyah, F. N., Retnowati, A., & Wibawani, S. (2023). Pendampingan Masyarakat Melalui Perizinan Legalitas Usaha Kepada Pelaku UMKM di Kelurahan Karangtengah Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1793–1800.
- Anugrah, D., Dialog, B. L., Tendiyanto, T., Budiman, H., & Rahmat, D. (2021). Penyuluhan Hukum Tentang Pentingnya Legalitas Badan Usaha Sebagai Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha.

Optimalisasi produksi, *rebranding*, dan strategi pemasaran sabun cuci piring berbasis nilam untuk UMKM di Gampong Peurada, Kota Banda Aceh

- Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 04(01), 91–96.
- Ariodutho, S., Sugiyanti, L., Larasati, A., & Wijaya, I. S. (2023). Pengaruh Packaging Produk Terhadap Persepsi Kualitas Dan Nilai Produk UMKM Anisa Bakery. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 2(1), 204–214.
- Asyraf, A. H., Hendrati, I. M., & Wardaya, W. (2024). Pendampingan Legalitas Usaha Untuk Mendukung Perkembangan UMKM Kampung Madani Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(4), 127–135.
- Desiyana, L. S., Isnaini, N., Prajaputra, V., Bilqis, S. S., & Ariza, M. (2023). Pelatihan Purifikasi Minyak Nilam Aceh Secara Distilasi Molekuler sebagai Analgesik Topikal Pada Medicated Oil Untuk Kelompok Usaha Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(3), 838–842.
- Dewi, M., Hubeis, M., & Riani, E. (2020). Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT MadaniFood, Jakarta). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 15(1), 77–83.
- Fahira, K. T., & Yasin, R. M. (2022). Peningkatan Nilai Produk Melalui Perijinan PIRT, Sertifikasi Halal dan Digital Marketing Pada UMKM Sirup Parijoto. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(2), 173.
- Haikal, M., & Efendi. (2018). Pelaksanaan Tugas Dan Fungsi Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan (BBPOM) Terhadap Peredaran Produk Pangan Olahan Impor Tanpa Izin Edar Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Kenegaraan*, 2(4), 897–910.
- Indrawati, S., & Rachmawati, A. F. (2021). Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 1(3), 231–241.
- Lindayani, Hartajanie, L., Wulandari, D., & Sitinjak, E. L. M. (2024). Packaging Design dan Manajemen Kas Akselerasi Penetrasi Pasar dan Penjualan Klaster Pangan UMKM Sronol Kota Semarang. *Jurnal Atma Inovasia*, 4(4), 126–131.
- Maryam, S., Isnaini, N., Prajaputra, V., Lubis, M. R. A., Aqil, A., Tamaara, R. E. P., Haryati, F., Bilqis, S. S., & Ariza, M. (2023). Pelatihan Fraksinasi Minyak Nilam Aceh Sebagai Antibakteri Pada Pembuatan Pembersih Lantai. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(4), 2462–2468.
- Ningsih, E. N., Surbakti, H., Indriani, D. P., & Agussalim, A. (2024). Peningkatan Produktivitas Pemasaran UMKM di Desa Sungsang II Melalui Peningkatan Kemasan Produk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) TABIKPUN*, 5(2), 163–170.
- Oktaviani, N. N. N., & Yasa, P. G. A. S. (2022). Urgensi Legalitas Usaha bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM). *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(2), 504–511.
- Rahayu, M. (2024). Design Kemasan untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Strategi Meningkatkan Daya Tarik dan Daya Saing Produk. *SWAGATI: Journal of Community Service*, 2(1), 7–12.
- Rohama, Melviani, Tumanggor, A. H. U., Shinta, L. S. A., & Jannah, G. R. (2023). Peningkatan Pengetahuan Tentang Konsep Dasar UMKM dan Legalitas Usaha. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 4(4), 265–276.