Pendampingan Legalitas Usaha dan Produk Dalam Upaya Peningkatan Kualitas *Branding* Rumah Produksi Jamur Paimo Farm di Kelurahan Ngadirejo

Siti Nurhaliza[1], Rusdi Hidayat Nugroho[2]

Prodi Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294, Indonesia.

E-mail: rusdihna@gmail.com

Abstrak — UMKM berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi yang berdampak langsung pada pembangunan ekonomi daerah. Di Kelurahan Ngadirejo Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar terdapat UMKM "Paimo Farm" yang merupakan rumah produksi jamur tiram. Pengembangan usaha yang diterapkan tergolong standar sehingga keberadaan produknya kurang diketahui. Kegiatan ini bertujuan agar UMKM "Paimo Farm" dapat berkembang menjadi bisnis yang lebih besar dan dikenal luas hingga ke luar kota melalui peningkatan kualitas branding. Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode pendampingan. Pengumpulan data menggunakan cara wawancara dan observasi. Tahapan kegiatan meliputi pendampingan terkait legalitas usaha, produk branding, digital marketing, menciptakan inovasi baru, pembinaan packaging produk dan pembuatan foto produk. Hasil kegiatan adalah terbitnya nomer induk berusaha (NIB), inovasi produk dan branding.

Kata Kunci — Pendampingan UMKM, Legalitas Usaha NIB, Branding Produk, Pemasaran, Jamur Tiram

Abstract — ***MSMEs play an important role in economic growth which has a direct impact on regional economic development. In Ngadirejo Village, Kepanjenkidul District, Blitar City, there is the UMKM "Paimo Farm" which is a production house for oyster mushrooms. The business development implemented is classified as standard so that the existence of the product is little known. This activity aims to enable the MSME "Paimo Farm" to develop into a bigger business and be widely known outside the city by improving the quality of branding. Implementation of activities uses the assistance's method. Data collection uses interviews and observations. The activity stages include assistance related to business legality, product branding, digital marketing, creating new innovations, developing product packaging, and making product photos. The results of the activity are the issuance of a business registration number (NIB), product innovation and branding.***

Keywords **— MSME Assistance, NIB Business Legality, Product Branding, Marketing, Oyster Mushrooms**

1. PENDAHULUAN

Pendampingan produk UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan sesuatu yang harus diperhatikan. Melalui pendampingan UMKM dapat menciptakan perkembangan baru untuk kelangsungan kinerja yang dapat memberikan peningkatan usaha. UMKM merupakan usaha mandiri yang tidak diragukan lagi mampu menahan goncangan darurat moneter dan meredam gejolak masyarakat [1]. Namun, tidak semua UMKM mengalami keberhasilan. UMKM banyak menghadapi permasalahan internal maupun eksternal sehingga pendampingan diharapkan dapat membantu dalam menghadapi permasalahan tersebut.

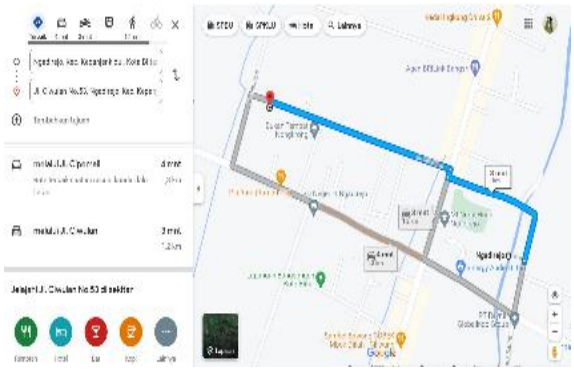
Pemasaran mempunyai faktor utama dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang ada, karena itu kegiatan pemasaran harus memberi kepuasan kepada pelanggan [2]. Dalam hal ini pendampingan produk diberikan untuk memperkuat usaha pada pengembangan *branding* atau merek agar produk mudah dikenal oleh konsumen. *Branding* melibatkan logo sebagai identitas produk dalam pemasaran. UMKM harus mampu mengatasi permasalahan *branding* dengan berkreasi pada inovasi produk, pemasaran, kemasan, pengembangan sumber daya manusia, dan teknologi [1].

Di sisi lain, legalitas usaha harus dimiliki pelaku UMKM. Legalitas usaha adalah bentuk identitas resmi usaha dan dapat dipertanggungjawabkan yang berisikan bukti bahwa produk yang dijual dapat dipastikan keamanannya. Pendampingan dalam hal legalitas dilakukan dengan membantu pelaku UMKM mendaftarkan izin edar atau SPP-IRT. Perizinan tersebut membutuhkan NIB (Nomor Induk Berusaha). Proses pendaftaran legalitas perusahaan diharuskan untuk dilakukan secara berurutan dan terstruktur sesuai dengan persyaratan dokumen serta ketentuan yang telah ditetapkan. Nomor Induk

Berusaha (NIB) adalah tanda pengenal bagi usaha, baik perorangan maupun badan usaha lainnya [3].

2. ANALISIS SITUASI

Pengabdian masyarakat ini dilakukan di "*Jamur Paimo Farm"* berlokasi di "Jalan Ciwulan No.66, Kelurahan Ngadirejo, Kecamatan Kepanjenkidul, Kota Blitar 66114 (Gambar 1). UMKM "Paimo Farm" berdiri sejak 2006, dikelola langsung oleh Ibu Nia. UMKM ini menjadi tempat produksi dan pengembangan jamur tiram putih dan coklat. Pada rumah produksi jamur terdapat beberapa ruangan yang dirancang untuk menangani proses produksi dan pengembangan jamur dari awal hingga akhir. Ruangan tersebut terdiri dari ruang penyimpanan umput, ruang pengolahan, ruang oven, ruang pemberian benih, dan kandang untuk pengembangan hasil pertumbuhan jamur. Hasil dari pertumbuhan jamur dipanen setiap hari baik pagi atau sore dan diberikan kepada pengepul. Hasilnya dapat mencapai 20 kg per hari. Metode pemasaran rumah jamur ini hanya menggunakan strategi *mouth to mouth*. Produk paska panen diberikan kepada pengepul tanpa memperhatikan kualitas *branding*, sehingga lemah dalam persaingan yang ketat. Permasalahan ini dijadikan program kerja KKNT dalam bentuk pendampingan untuk membantu pengembangan usaha rumah produksi jamur agar dapat bersaing lebih luas. Dengan adanya pendampingan diharapkan perkembangan UMKM jamur tiram ini menjadi lebih besar dan *branding*-nya berjalan signifikan.



Gambar 1. Lokasi UMKM

3. METODE PELAKSANAAN

Pendampingan dilakukan mengikuti alur kegiatan pada Gambar 2. Tahap survei dilakukan untuk mengetahui lokasi UMKM, kondisi wilayah, alam, ekonomi, pendidikan, dan budaya lokal. Tahap pendampingan mahasiswa memberikan sosialisasi kepada pemilik usaha tentang materi legalitas usaha dan *branding* produk menggunakan media digital. Kegiatan sosialisasi dilakukan *door to door* untuk memberikan pemahaman spesifik agar mudah dimengerti dalam mengaplikasikannya. Pada kegiatan pendampingan pembuatan produk diajarkan pembuatan media tanam jamur yang biasa di sebut dengan *bag log*. Pendampingan juga dilakukan pada pengurusan legalitas usaha. Kegiatan *branding* produk dan *digital marketing* dilakukan dengan membuat desain label, logo, foto produk dan *platform online* tempat usaha.

Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan di Kelurahan Ngadirejo

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan survei lokasi dan sosialisasi tahap awal proses pendampingan telah dilakukan dengan baik. Hasil survei memberikan lingkup permasalahan mitra sebagai dasar penyusunan materi sosialisasi. Tahap sosialisasi memberikan hasil persetujuan mitra untuk dilakukannya tahap proses pendampingan.

Pendampingan Pembuatan Produk

Pada tahap ini dilakukan pendampingan pembuatan media tanam (*bag log*) dari bahan organik (Gambar 3). *Bag log* dibuat dari ampas tebu, serbuk kayu, dedak jagung, tepung jagung, pupuk organik cair, air bersih dan tambahan bahan lain yaitu pupuk TSP serta kapur. *Bag log* dibungkus dengan plastik, dan ujungnya diberi lubang. Lubang ini pada awalnya ditutup. Setelah masuk kandang, lubang *bag log* dibuka. Dari lubang tersebut jamur tiram akan tumbuh ke luar. Kantong plastik digunakan yang transparan berukuran 20x35x0,5 cm. Bibit jamur yang digunakan adalah bibit jamur F3. Alat yang digunakan antara lain kompor, drum dengan diameter 80 cm dan tinggi 96 cm, rak kandang dengan luas 3 m^2, thermometer, alat penyemprot, baskom plastik, sekop, kertas roti berukuran 10x10 cm, dan karet gelang.

Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Produk Jamur Tiram

Setelah menyiapkan alat dan bahan, tahap awal menyampur semua bahan hingga rata sampai tidak ada gumpalan. Selanjutnya dicampur dengan pupuk organik cair sebanyak 30 ml yang telah dilarutkan dengan 1 liter air. Media yang sudah dicampurkan dimasukkan ke dalam plastik bening atau *bag log*. Bahan tersebut harus dipadatkan supaya terbentuk dengan baik, disisakan sekitar 15 cm agar lebih mudah ketika mengikat dan menimbangnya. Tahap selanjutnya sisa ujung plastik dimasukkan ke dalam lingkaran cincin dan dilipat keluar, kemudian ditutup dengan tutup khusus yang telah disediakan.

Bag log perlu dipanaskan untuk membunuh kuman-kuman yang masuk dengan menggunakan oven (Gambar 4). Pemanasan dilakukan selama 3 jam pada suhu 100°C sampai air di dalam drum mendidih. Setelah dioven *bag log* kemudian diangkat dan didiamkan selama 3 jam pada ruangan yang tertutup sebelum masuk ke ruang pembibitan.

Gambar 4. Proses pemanasan *bag log* menggunakan oven

Bag log steril diberi bibit untuk menghasilkan misilium penuh dan dimasukkan kandang. Ruang ini harus bersuhu di bawah 26°C dan dijaga konstan pada kisaran 23°-24°C. Hasil dapat dipanen pada kisaran 7-10 hari (Gambar 5). Dalam proses pertumbuhan jamur harus diperhatikan baik-baik karena banyak hama yang bisa menempel. Setiap hari perlu dilakukan penyemprotan kandang untuk menjauhkan jamur dari hama.

Gambar 5. Proses panen jamur tiram

Pendampingan Legalitas Usaha

Rumah produksi jamur *Paimo Farm* belum memiliki sertifikat usaha sehingga perlu pendampingan kepengurusan legalitas untuk produk yang diproduksi. Pada tahap ini pengurusan legalitas usaha melalui *website* sistem OSS (*Online Single Submission*) untuk mendapatkan nomor NIB (Nomor Induk Berusaha). Persyaratan yang harus dipenuhi diantaranya yaitu (Gambar 6):

a. Identitas Diri /KTP
b. Alamat Domisisli
c. Bidang usaha
d. Lokasi penanaman modal
e. Besar rencana penanaman modal
f. Rencana penggunaan tenaga kerja
g. Nomor kontak usaha dan/atau kegiatan
h. Rencana permintaan fasilitas fiscal
i. kepabeanan, dan/atau fasilitas lainnya
j. NPWP Pelaku Usaha perseorangan.

Setelah persyaratan terpenuhi dan diproses, NIB terbit dan diserahkan kepada mitra (Gambar 7).

Gambar 6. Pendampingan Pendaftaran Legalitas Usaha (NIB)

Gambar 7. Penyerahan Dokumen Legalitas NIB UMKM Rumah Produksi Jamur Tiram

Pendampingan Branding Produk

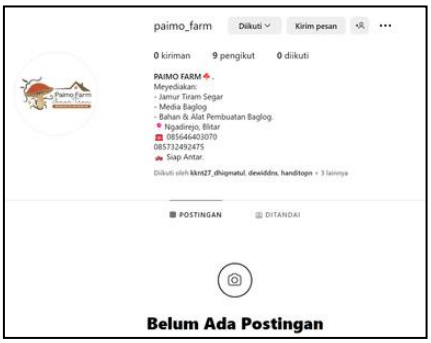
Pendampingan *branding* produk bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk jamur tiram kepada pasar dan konsumen potensial dengan cara membangun citra dan kesan positif tentang produk tersebut. Melalui *branding*, produsen dapat membuat produknya lebih dikenal dan diingat oleh konsumen, meningkatkan daya tarik dan penjualan produk, serta membedakan produknya dari pesaing di pasar [4]. Pendampingan dilakukan dengan membuatkan desain label dan logo kemasan (Gambar 8).

Gambar 8. Label dan Logo Kemasan

Pada tahap ini diberikan masukan kepada pemilik UMKM bahwasanya kemasan pada produk merupakan hal yang sangat signifikan dalam menambah daya tarik pelanggan. Logo pada kemasan yang menarik juga merupakan sumber informasi agar dapat dikenali konsumen. Logo pada kemasan menjadi salah satu bentuk promosi yang menarik konsumen. Dengan menciptakan model kemasan yang lebih modern dan praktis dapat meningkatkan minat beli masyarakat.

Pendampingan Digital Marketing

Pendampingan ini dilakukan melalui pemanfaatan media sosial untuk memaksimalkan penjualan menggunakan *digital marketing* (Gambar 9). Media yang digunakan seperti Instagram [5][6], Facebook, atau Twitter. Tugas penting media sosial sebagai sarana pelaku bisnis adalah dapat memberikan akses mudah terkait prosedur pemasaran, melalui fase memperluas kesadaran merek produk [4].



Gambar 9. *Paltform* Digital Rumah Produksi Jamur Paimo Farm

Inovasi Kemasan Produk

Adanya pemahaman terkait pentingnya konten media [7-10] dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Pelaku UMKM diharapkan semakin tertarik untuk belajar tentang foto produk. Dengan foto produk, konsumen dapat mengetahui keunikan produk yang dijual. Perbandingan foto kemasan lama dan baru bisa dilihat pada Gambar 10 dan 11.

Gambar 10. Kemasan Produk Lama

Gambar 11. Kemasan Baru

4. KESIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat pada KKN-Tematik ini berhasil mendapatkan NIB dan inovasi baru untuk *branding* produk pada UMKM *Paimo Farm*. Hal ini diharapkan dapat memperkuat pengembangan rumah produksi jamur dalam meningkatkan daya tarik sebagai usaha produksi jamur tiram yang berkualitas. Strategi *branding* meliputi pemasaran digital, desain logo, optimalisasi kemasan produk, dan foto produk. Diharapkan kegiatan ini dapat bermanfaat bagi pelaku usaha, agar penjualan jamur Paimo Farm lebih luas dan ke depannya UMKM dapat memberikan edukasi pada UMKM lainnya dalam pengurusan legalitas usaha dan *branding* produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada para dosen pembimbing yang mendampingi proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam kerangka KKNT dan publikasi ilmiahnya.

DAFTAR PUSTAKA

[1]. Hidayat, R., & Andarini, S. (2020). Strategi Pemberdayaan Umkm Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 93–109.

[2]. Adisty, T., & Nugroho, R. H. (2023). Strategi Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Pada Bisnis Bakery. *2*(1).

[3]. Aji Putra, C., Aprilia, N. N., Novita Sari, A. E., Muhammad Wijdan, R., & Rafidah Putri, A. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk Pengembangan UMKM di Kelurahan Tlumpu Melalui Online Single Submission (OSS). *I-Com: Indonesian Community Journal*, *2*(2), 149–157. https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1397

[4]. Nugroho, R., & Kusumasari, I. (2013). Pemanfaatan Instagram Ads Pada Platform Media Sosial Instagram Sebagai Upaya Peningkatan Traffic Bisnis (Studi Kasus Pada Instagram Scarlett Whitening). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 19–27

[5]. Utomo, A. W. (2023). *Penguatan Pemasaran Produk Batik Tulis "Mbah Jo" Melalui Strategi Produk Branding*. *1*(1), 25–29.

[6]. Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 125–136.

[7]. Utomo, A. (2022). Strategi Penguatan Pemasaran Produk UMKM Rengginang Coret Melalui Strategi Produk Branding dan Digital Marketing. *Prosiding Konferensi Nasional …*, 977–984. https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/ProsidingKNPP/article/view/2542%0Ahttps://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/ProsidingKNPP/article/download/2542/1655

[8]. Muhammad, S. A., Winarno, A., & Hermawan, A. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Minat Beli Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Produk Green Bean Kopi. *Jurnal Graha Pengabdian*, *3*(4), 369. https://doi.org/10.17977/um078v3i42021p369-376

[9]. Zahra, I. P., Khoirunisa, Minarti, A., Silfiani, E., Yustia, H., & Alfarisi, U. (2021). Pendampingan Dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Toko Kuenak Di Ciputat Timur. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–4.

[10]. Mas'udah, K. W., Wuryandari, Y., Nathania, Y., Andriani, N., Zhalsabilla, R. Y., Zakqy, N., & Pratama, P. (2022). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Branding dan Legalitas di Desa Pulosari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*, 2022.