

Pelatihan Legalitas dan Kemasan Produk pada Kelompok Usaha Mikro (KUM) Salai Sedap

(Training an Legality and Product Packaging for Micro Enterprise Group (MEG) Salai Sedap)

Lisa Hermawati^{1*}, Santi Indriani², Enda Kartika Sari³

Universitas Baturaja, Sumatera Selatan, Indonesia^{1,2,3}

lisahermawatitjikdin@gmail.com^{1*}, santiindrianiubr@gmail.com², endaunbara@gmail.com³



Riwayat Artikel:

Diterima pada 1 Februari 2025

Revisi 1 pada 25 Februari 2025

Revisi 2 pada 8 Maret 2025

Revisi 3 pada 13 Maret 2025

Disetujui pada 15 Maret 2025

Abstract

Purpose: To strengthen the capacity and competitiveness of the Salai Sedap microenterprise group (KUM) in Ogan Komering Ulu, South Sumatra, by improving participants' understanding of business legality (registration and simple permit management) and their skills in designing market-appropriate product packaging.

Methodology/approach: Community-based training was conducted in Ogan Komering Ulu for Salai Sedap KUM using intensive workshops and hands-on practice. The activities included interactive learning sessions, expert presentations from relevant agencies and packaging designers, case studies, and prototype packaging exercises.

Results/findings: Participants showed a significant increase in knowledge of legal requirements and packaging design skills. Many completed basic legal documentation and developed new market-ready packaging prototypes. Feedback was positive, and participants expressed a strong commitment to implementing changes, with expected improvements in sales and business sustainability.

Conclusion: The training effectively enhanced the participants' legal knowledge and packaging skills, which are crucial for their business growth. The positive outcomes suggest that similar training programs can be beneficial for other microenterprise groups, fostering a supportive environment for sustainable economic development.

Limitations: The study was limited to one community group in one district, with a short follow-up period; therefore, long-term impacts and wider generalizability remain unconfirmed.

Contribution: This study provides a practical model for capacity-building interventions that combine legal literacy and packaging design for microenterprises. It is useful for practitioners, local governments, community development programs, and researchers in small business development and rural economic empowerment.

Keywords: *Business Sustainability, Market Competitiveness, Product Packaging, UMKM Legality.*

How to Cite: Hermawati, L., Indriani, S., Sari, E. K. (2025). Pelatihan Legalitas dan Kemasan Produk pada Kelompok Usaha Mikro (KUM) Salai Sedap. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 137-149.

1. Pendahuluan

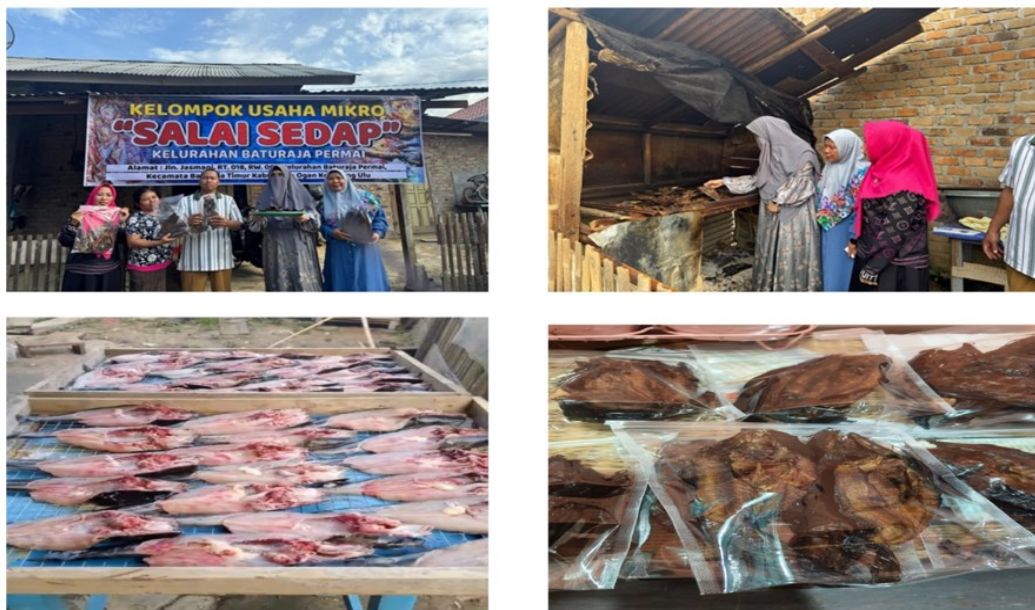
Di era globalisasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam perekonomian nasional sebagai pencipta lapangan kerja, penggerak inovasi, dan penopang ketahanan ekonomi lokal (Darmansah, Septian, & Salsabila, 2025), (L Hermawati & Ekawarti, 2023), (Lisa, Ema,

Taufik, & Anna, 2025). Namun banyak pelaku UMKM masih menghadapi hambatan signifikan, terutama terkait aspek legalitas dan standar kemasan produk, yang berdampak pada keterbatasan akses pasar dan menurunnya daya saing meskipun kualitas produk memadai (Oktaviani, Niazi, Thoha,

Anwar, & Prasetya, 2024), (Agustinus, Sopiya, Mulyani, & Pamulang, 2022) Kondisi ini menuntut intervensi terarah agar pelaku usaha memperoleh kapasitas administratif dan desain produk yang sesuai tuntutan pasar modern.

Kelompok Usaha Mikro Salai Sedap (KUM Salai Sedap), yang berlokasi di Kelurahan Baturaja Permai, Kecamatan Baturaja Timur, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan, merupakan contoh UMKM komunitas yang berdiri di tengah tantangan pandemi. Didirikan pada pertengahan 2020 oleh lima warga yang mengembangkan budidaya ikan seperti lele, patin, dan nila, kelompok ini berupaya menjaga kestabilan harga dan meningkatkan pendapatan anggota yang terdampak penurunan ekonomi. Keberadaan usaha yang berbasis di rumah ketua kelompok dan kolam budidaya menunjukkan potensi produktif yang perlu didukung dengan peningkatan kapasitas usaha (Abbas, Amin, Prawira, & Antuli, 2023) ((Friadi, Diana Titik Windayanti, & Abdul Malik Made, 2024).

Permasalahan utama yang diidentifikasi pada KUM Salai Sedap—minimnya pemahaman terhadap persyaratan perizinan, sertifikasi, serta pengelolaan dokumen legal, sekaligus kurangnya kemampuan merancang kemasan yang menarik, informatif, dan memenuhi standar pasar—sering ditemukan pada pelaku UMKM dan berdampak pada keterbatasan akses pasar serta daya saing produk (Maulana, Novalia, Yuliani, Bashir, & Putri, 2023), (Hakim, Aprinisa, Ainita, Anggalana, & Ardiansyah, 2022). Kemasan yang tidak memadai mengurangi daya tarik produk di mata konsumen dan menghambat penetrasi pasar, sehingga peningkatan keterampilan di kedua bidang ini menjadi prioritas untuk memperkuat posisi kelompok dalam rantai nilai lokal dan regional (Mardatillah, Zubaidah, Riza, Yusnidar, & Yuli, 2025), (Suminartika, Hapsari, & Deliana, 2024) (Agustinus et al., 2022).



Gambar 1. Tempat Produksi Kelompok Usaha Mikro Salai Sedap
Sumber : Dokumentasi Tim Hibah, 2025

Gambar 1 menunjukkan lokasi produksi kelompok Usaha Mikro Salai Sedap di Kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan, yang beroperasi dari rumah ketua kelompok dan area kolam budidaya anggota. Produk unggulan mereka, ikan salai hasil budidaya lele, patin, dan nila, telah menarik minat konsumen lokal dan memiliki potensi pasar yang lebih luas. Meskipun permintaan cukup tinggi, upaya perluasan pemasaran terhambat oleh keterbatasan pemenuhan aspek legalitas seperti izin edar dan dokumentasi yang diperlukan untuk masuk ke jaringan distribusi modern (Maulana et al., 2023) (Abbas et al., 2023). Selain itu, kemasan produk yang masih sederhana belum mampu menampilkan nilai

tambah, informasi mutu, dan daya tarik visual yang disyaratkan oleh konsumen masa kini dan pedagang ritel (Oktaviani et al., 2024). Kondisi ini membatasi kemampuan KUM Salai Sedap untuk bersaing di pasar yang lebih formal dan menahan laju ekspansi usaha meskipun kualitas produksinya menjanjikan (Vuspitasari, Hapsari, Usman, & Silvester, 2024).

Untuk mengatasi kendala tersebut diperlukan intervensi berbasis peningkatan kapasitas yang menggabungkan aspek legal formalitas dan desain kemasan (Fathanudien, 2024). Pelatihan legalitas dapat membantu kelompok memahami persyaratan perizinan, sertifikasi keamanan pangan, serta pencatatan usaha yang penting untuk membangun kepercayaan buyer dan mempermudah akses ke pasar modern. Sementara itu, perbaikan desain kemasan yang mengedepankan fungsi proteksi, informasi produk, dan branding dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas serta memperluas peluang pemasaran (Indriani, S., Hermawati, L., & Sari, 2024), (Pranogyo et al., 2025). Pendekatan praktik dan studi kasus di lokasi produksi akan mempercepat transfer keterampilan sehingga solusi yang dihasilkan relevan dan langsung dapat diterapkan. Dengan demikian, perbaikan simultan pada aspek legal dan kemasan berpotensi meningkatkan daya saing, memperbesar pangsa pasar, dan mendukung keberlanjutan ekonomi KUM Salai Sedap (L Hermawati & Ekawarti, 2023).

Berdasarkan temuan dari berbagai kegiatan pengabdian dan penelitian terdahulu, pelatihan yang terstruktur dan aplikatif terbukti efektif meningkatkan pemahaman UMKM tentang legalitas dan kemasan serta berkontribusi pada peningkatan penjualan (Sembiring et al., 2024), (Marka, Azis, & Alifiana, 2018). Oleh karena itu, kegiatan PKM ini dirancang untuk memberikan pelatihan komprehensif bagi KUM Salai Sedap, menggabungkan sesi teori mengenai perizinan dan regulasi dengan praktik desain dan pembuatan prototipe kemasan agar peserta dapat segera mengimplementasikan pengetahuan (Eka Marlina & Azharuddin M Amin, 2023), (Sari, Fatimah, Sumawardani, Princess, & Mardaleta, 2023) (Pratiwi et al., 2025).

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memperkuat daya saing KUM Salai Sedap dengan meningkatkan kapasitas pada aspek legalitas usaha dan kualitas kemasan produk sehingga tercipta manfaat nyata berupa peningkatan mutu produk, perluasan jangkauan pasar (termasuk penetrasi ke pasar modern dan platform online), serta keberlanjutan usaha jangka panjang; secara khusus program ini selaras dengan pencapaian SDG's (SDG's 9 dan 17), indikator kinerja utama (IKU 2, 3, 5, dan 7), serta fokus RIRN pada material maju dengan menitikberatkan pada perbaikan kemasan yang higienis, memenuhi standar display menarik (eye-catching) dan memenuhi persyaratan perizinan/sertifikasi; melalui pendekatan pembelajaran interaktif dan pendampingan praktis, pelatihan dirancang untuk menjembatani kesenjangan kemampuan sehingga KUM Salai Sedap dapat lebih tangguh dan kompetitif di tingkat lokal maupun nasional (Nur Azizah, Sulistyowati, Ali Masnun, Perwitasari, & Akhmad Faisol, 2023), (Mardiani, Rahmansyah, & Ningsih, 2022) (Anggraini RD & Jariyah, 2023).

2. Metode Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan pada periode Mei–Juli 2025 di Kelurahan Baturaja Permai, Kecamatan Baturaja Timur, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Provinsi Sumatera Selatan. Mitra kegiatan adalah Kelompok Usaha Salai Sedap yang dipimpin oleh Bapak Sofyan (Mang Yan). Awalnya kelompok ini beranggotakan lima pelaku usaha penjualan ikan salai, namun seiring waktu berkembang menjadi 13 anggota yang secara langsung memproduksi ikan salai. Pembentukan kelembagaan berbasis kelompok dimaksudkan untuk mengoptimalkan efisiensi modal, meningkatkan skala produksi, dan mendorong pertumbuhan penjualan melalui kerja sama serta sinergi antaranggota. Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan dengan metode:

2.1 Sosialisasi

Program pengabdian terhadap KUM Salai Sedap, agar mitra memahami program yang akan diterapkan kepada kelompok mereka, akan menjadi motivasi tersendiri serta titik terang dari permasalahan yang selama ini mereka hadapi. Sosialisasi dilaksanakan langsung di rumah kediaman ketua kelompok oleh tim pengusul. Dalam sosialisasi, mitra diajak langsung mengidentifikasi kebutuhan mereka berkaitan dengan keberlangsungan dan pengembangan usaha mereka dan bersama sama menyusun rencana kegiatan.

2.2 Pelatihan

1. Pelatihan tentang regulasi yang dibutuhkan meliputi persiapan pengurusan pembuatan izin usaha yaitu tentang Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertikat Halal dan pemahaman tentang pentingnya memiliki regulasi tersebut.
2. Pelatihan Branding Produk dengan Kemasan yang Profesional meliputi;
 - a. Identitas Produk ; Mempelajari cara membangun identitas merek atau brand yang konsisten untuk produk ikan asap. Misalnya nama merek, slogan, logo/mascot, warna identitas, dan lainnya.
 - b. Desain Kemasan ; Belajar mendesain kemasan produk yang menarik dan profesional. Contohnya desain label, kotak, bungkus plastik/alumunium foil sesuai jenis produk.
 - c. Komunikasi Merek; Pelatihan mengenai komunikasi merek untuk memperkenalkan dan memasarkan produk. Seperti pembuatan brosur, spanduk, media sosial, dan promosi lainnya.
 - d. Standar Higiene; Pembelajaran tentang standar higiene dan keamanan pangan dalam proses produksi dan pengemasan.
 - e. Tata Letak Label; Memahami unsur-unsur penting dalam menata label seperti nama produk, komposisi, berat/volume, tanggal kedaluwarsa, logo merek.
 - f. Foto Produk; Mengajarkan teknik pemotretan produk untuk kemasan yang menarik minat konsumen.
 - g. Evaluasi Desain :Melatih keterampilan mengevaluasi desain kemasan yang sudah ada untuk perbaikan lebih lanjut.

2.3 Pendampingan dan Evaluasi:

Pada fase ini, Kelompok Usaha Mikro (KUM) Salai Sedap akan menerima layanan pendampingan terstruktur dan terjadwal selama dua bulan penuh. Kegiatan pendampingan meliputi pembinaan teknis operasional, asistensi penerapan standar higiene dan keamanan pangan, serta bimbingan penerapan kaidah kemasan yang sesuai persyaratan pasar modern. Selain itu, dilaksanakan kegiatan evaluasi berkala yang mencakup monitoring indikator capaian (mis. kualitas produk, kepatuhan terhadap persyaratan legal, dan penerapan desain kemasan), analisis hambatan implementasi, serta umpan balik yang bersifat diagnostik untuk perbaikan berkesinambungan. Hasil evaluasi akan didokumentasikan dan digunakan sebagai dasar rekomendasi tindak lanjut serta perencanaan intervensi lanjutan yang berbasis bukti.

2.4 Keberlanjutan Program:

Untuk memastikan kesinambungan dampak program, dirancang rangkaian kegiatan lanjutan antara lain pelatihan teknis mendalam, pembinaan manajemen keuangan usaha skala mikro, mekanisme pemasaran kolektif antaranggota, dan fasilitasi akses ke saluran distribusi yang lebih luas. Pendekatan keberlanjutan ini bertujuan membangun kapasitas internal kelompok agar mampu mengelola produksi, pembukuan, dan strategi pemasaran secara mandiri serta meningkatkan peluang penetrasi ke pasar modern dan platform digital secara berkelanjutan. Selain itu, akan dibentuk tim mentor lokal yang memberikan pendampingan berkala dan evaluasi kinerja untuk memastikan penerapan pengetahuan yang berkelanjutan. Penyusunan modul pelatihan yang terdokumentasi dan akses ke sumber daya digital akan memudahkan replikasi program bagi kelompok UMKM lain di wilayah sekitarnya. Terakhir, langkah monitoring dan evaluasi berbasis indikator kinerja disertai rencana tindak lanjut akan membantu mengukur dampak jangka panjang dan menyesuaikan intervensi sesuai kebutuhan lapangan.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Program PKM pada Kelompok Salai Sedap Kab. OKU, Sum Sel
Sumber: Tim Hibah, 2025

Berikut adalah gambar kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dalam membuat legalitas usaha dan kemasan produk yang telah dilaksanakan.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi, Pelatihan, Pendampingan KUM Salai Sedap Kab. OKU, Sum Sel
Sumber : Dokumentasi Tim Hibah, 2025

Gambar 3 tersebut merepresentasikan rangkaian kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang telah dilaksanakan dalam rangka memfasilitasi legalitas usaha dan penyempurnaan kemasan produk oleh Kelompok Usaha Mikro (KUM) Salai Sedap. Kegiatan ini dirancang sebagai intervensi

terstruktur yang menggabungkan pendekatan edukatif dan asistif: sosialisasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mitra terhadap persyaratan perizinan, regulasi pangan, serta hak dan kewajiban pelaku usaha; pelatihan teknis difokuskan pada praktik higienis produksi, desain kemasan yang memenuhi aspek keamanan pangan dan daya tarik konsumen (eye-catching display); sedangkan sesi pendampingan memberikan asistensi langsung dalam pengisian dokumen legal, pengurusan izin/sertifikasi, serta implementasi perbaikan kemasan. Pelaksanaan didokumentasikan secara visual dan naratif untuk kepentingan monitoring dan evaluasi, dengan indikator keluaran meliputi tingkat kepatuhan terhadap persyaratan legal, mutu kemasan, ketercapaian kompetensi teknis peserta, serta rencana kerja tindak lanjut. Secara metodologis, kegiatan ini memanfaatkan kombinasi ceramah singkat, demonstrasi praktik, studi kasus lokal, dan konsultasi one-on-one sehingga transfer pengetahuan bersifat kontekstual dan dapat diimplementasikan langsung oleh anggota kelompok; hasil awal menunjukkan peningkatan kapasitas administratif dan produksi yang diharapkan menjadi dasar bagi keberlanjutan usaha serta peningkatan akses pasar.

3. Hasil dan pembahasan

Hasil kegiatan pelatihan pada aspek legalitas menghasilkan keluaran yang konkret berupa penerbitan NIB dan sertifikat halal bagi peserta, sementara intervensi pada aspek desain kemasan menghasilkan rekayasa ulang kemasan yang secara substansial meningkatkan nilai komersial dan daya tarik pasar produk; temuan ini menunjukkan keberhasilan peningkatan kepatuhan regulatori serta perbaikan atribut produk yang berpotensi mendukung akses pasar dan kinerja penjualan.



Gambar 4. Kemasan Kelompok Salai Sedap sebelum dan sesudah pelatihan dan pendampingan
Sumber : Dokumentasi Tim Hibah, 2025

Berikut narasi hasil capaian KUM Salai Sedap yang disusun menurut keempat metode pelaksanaan (Sosialisasi, Pelatihan, Pendampingan & Evaluasi, Keberlanjutan), dengan indikator terukur, baseline—target, dan bukti/verifikasi yang dapat digunakan untuk monitoring dan pelaporan.

Tabel 1. Tahap Sosialisasi

Defenisi Kegiatan	Indikator Terukur	Bukti/Verifikasi
• Peningkatan pemahaman anggota KUM mengenai tujuan program, proses pengurusan legalitas, dan urgensi peningkatan	• Jumlah peserta yang hadir: 13 orang (100% anggota kelompok). • Persentase peserta yang menunjukkan pemahaman dasar tentang tujuan program pasca-sosialisasi (diukur	• Daftar hadir, foto kegiatan, hasil kuesioner pre-post, salinan workplan.

kualitas kemasan sebagai strategi akses pasar. • Terbentuknya rencana kerja kelompok yang disepakati bersama (workplan) berisi prioritas tindakan selama dan pasca-intervensi,	melalui kuis singkat/prek-post): baseline 15% → target 85% pemahaman. • Tersusunnya dokumen workplan kelompok: 1 dokumen workplan yang ditandatangani oleh seluruh anggota. • Jumlah kebutuhan teridentifikasi yang diprioritaskan (mis. kebutuhan legalitas, perbaikan kemasan, pelatihan foto produk): ≥ 5 kebutuhan utama yang diidentifikasi dan dipetakan menurut urgensi.	
---	---	--

Sumber : Analisis Tim Hibah, 2025

Sosialisasi dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman seluruh anggota KUM terhadap tujuan program, alur pengurusan legalitas, dan pentingnya peningkatan kualitas kemasan sebagai strategi perluasan akses pasar; kegiatan ini dihadiri oleh 13 orang (100% anggota), dan dirancang mencakup presentasi materi, diskusi, serta kuis pre-post singkat untuk mengukur perubahan pemahaman sehingga dapat dibandingkan dari baseline 15% menuju target 85% pemahaman pasca-sosialisasi; selain itu sosialisasi menghasilkan keluaran praktis berupa penyusunan workplan kelompok yang disepakati bersama (satu dokumen yang ditandatangani seluruh anggota) (Lisa Hermawati, Yulitiawati, Dona, & Gultom, 2025), serta pemetaan dan prioritas kebutuhan teknis dan administratif—minimal lima kebutuhan utama seperti pengurusan izin, perbaikan desain kemasan, pelatihan foto produk, akses percetakan, dan dukungan pembukuan—yang kemudian dijadikan dasar rencana pendampingan; seluruh temuan dan capaian didokumentasikan secara lengkap melalui daftar hadir, foto kegiatan, hasil kuesioner pre-post sebagai bukti peningkatan pemahaman, serta salinan workplan dan daftar kebutuhan terprioritaskan untuk verifikasi dan tindak lanjut program (Yulitiawati, Aini, Dona, Kenamon, Feblin, & Destalya, 2024).

Tabel 2. Tahap Pelatihan

Defenisi Kegiatan	Indikator Terukur	Bukti/Verifikasi
• Peningkatan kapasitas teknis anggota dalam pengurusan izin usaha (NIB, sertifikat halal), branding dan desain kemasan, standar higiene produksi, penataan label, dan fotografi produk. • Tersedianya konsep desain kemasan awal yang memenuhi persyaratan label lokal dan lebih menarik secara komersial.	• Jumlah sesi pelatihan terselenggara: mis. 6 modul/ sesi (regulasi, branding, desain kemasan, hygiene, tata label, foto produk) — semua terlaksana sesuai rencana. • Tingkat partisipasi aktif: $\geq 90\%$ kehadiran kumulatif pada seluruh modul. • Kenaikan skor kompetensi rata-rata peserta (penilaian pre-post pelatihan): baseline rata-rata skor 40% → post 80% (target peningkatan ≥ 40 persentase poin). • Jumlah konsep desain kemasan yang dihasilkan peserta: minimal 3 alternatif desain kelompok + 13 desain individu (jika relevan). • Proporsi label/keterangan produk yang sudah memenuhi elemen wajib (nama produk, komposisi, berat, tanggal kadaluarsa, identitas produsen): baseline	• Materi pelatihan, daftar hadir, hasil pre-post test, file desain kemasan, foto produk, checklist kepatuhan label.

	10% → target 90% terpenuhi pada contoh label final. Jumlah peserta yang menyelesaikan modul foto produk dan mengunggah minimal 3 foto produk berkualitas untuk materi pemasaran: $\geq 80\%$ peserta.	
--	--	--

Sumber : Analisis Tim Hibah, 2025

Pelatihan dirancang sebagai rangkaian modul terpadu untuk meningkatkan kapasitas teknis seluruh anggota KUM dalam aspek pengurusan izin usaha (seperti NIB dan sertifikasi halal), branding dan desain kemasan, standar higiene produksi, penataan label yang sesuai regulasi, serta keterampilan fotografi produk untuk kebutuhan pemasaran; program meliputi sekitar 6 sesi/modul yang dilaksanakan sesuai rencana dengan partisipasi aktif minimal 90% akumulatif, di mana efektivitas pembelajaran diukur melalui tes pre-post yang menargetkan peningkatan rata-rata skor peserta dari sekitar 40% menjadi 80% (kenaikan ≥ 40 poin persentase), dan output nyata yang diharapkan meliputi tersedianya setidaknya tiga alternatif konsep desain kemasan kelompok ditambah desain individual bila relevan, serta dokumentasi foto produk berkualitas (≥ 3 foto per peserta untuk keperluan pemasaran) dari $\geq 80\%$ peserta; selain itu, pelatihan juga menitikberatkan pada pemenuhan elemen wajib label (nama produk, komposisi, berat bersih, tanggal kadaluarsa, identitas produsen), dengan target peningkatan kepatuhan dari baseline 10% menjadi 90% pada contoh label final; seluruh kegiatan dan capaian diverifikasi melalui materi pelatihan, daftar hadir, hasil pre-post test, file desain kemasan, kumpulan foto produk, serta checklist kepatuhan label yang disimpan sebagai bukti dan dasar tindak lanjut pendampingan.

Tabel 3. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Defenisi Kegiatan	Indikator Terukur	Bukti/Verifikasi
- Implementasi langsung proses pengurusan dokumen legal (pendampingan pengisian formulir, pengumpulan dokumen pendukung) dan perbaikan proses produksi serta kemasan dengan bimbingan on-site. - Monitoring berkala menghasilkan data kuantitatif untuk evaluasi capaian kualitas produk dan kepatuhan legal.	- Durasi pendampingan: 2 bulan (sesuai rencana) dengan frekuensi pertemuan minimal 8 kali (mingguan atau dua mingguan). - Persentase anggota yang mendapatkan asistensi pengurusan NIB/izin: target $\geq 70\%$ mendapatkan asistensi langsung; target 50–70% mencapai pengajuan dokumen dalam periode pendampingan. - Jumlah usaha yang berhasil memperoleh dokumen legal (NIB / Surat Keterangan) selama/atau segera setelah pendampingan: target minimal 4–6 unit (sesuai tingkat kesiapan dokumen). - Perbaikan mutu produk terukur: pengurangan tingkat kontaminan/pengaduan pelanggan (% keluhan turun) — contohnya target pengurangan keluhan mutu 50% dibanding baseline 3 bulan sebelumnya. - Peningkatan produksi: peningkatan volume produksi kelompok per minggu (%) — contohnya baseline 100 kg/minggu → target 130–150 kg/minggu (peningkatan 30–50%).	Log pendampingan (catatan pertemuan), fotodokumentasi asistensi pengurusan dokumen, bukti pengajuan/terbitnya NIB/sertifikat, lembar evaluasi mutu produk, catatan produksi & penjualan.

	• Tingkat kepatuhan kemasan terhadap standar pasar modern: dari baseline 10% → target 80% produk yang dievaluasi memenuhi standar desain & label.	
--	---	--

Sumber : Analisis Tim Hibah, 2025

Pendampingan dan evaluasi dilaksanakan sebagai fase implementasi intensif selama dua bulan dengan frekuensi pertemuan minimal delapan kali untuk memberikan asistensi on-site dalam pengurusan dokumen legal (pendampingan pengisian formulir, pengumpulan dokumen pendukung, serta asistensi administrasi) sekaligus membimbing perbaikan proses produksi dan kemasan; kegiatan ini bertujuan menghasilkan data monitoring berkala yang dapat diukur untuk mengevaluasi capaian kualitas produk dan tingkat kepatuhan legal, dengan indikator terukur meliputi durasi dan frekuensi pendampingan (2 bulan, ≥ 8 sesi), persentase anggota yang menerima asistensi pengurusan NIB/izin (target $\geq 70\%$ asistensi langsung; 50–70% diharapkan mengajukan dokumen selama periode), jumlah unit yang berhasil memperoleh dokumen legal (target 4–6 unit sesuai kesiapan), perbaikan mutu produk yang terukur melalui penurunan tingkat keluhan pelanggan (contoh target penurunan 50% dibanding baseline 3 bulan), peningkatan volume produksi kelompok per minggu (contoh dari 100 kg → 130–150 kg, peningkatan 30–50%), serta peningkatan kepatuhan kemasan terhadap standar pasar modern (dari baseline 10% → target 80% produk dievaluasi memenuhi standar desain & label); seluruh capaian dan proses didokumentasikan secara sistematis melalui log pendampingan (catatan pertemuan dan rencana tindak lanjut), fotodokumentasi asistensi dan perubahan produksi/kemasan, bukti pengajuan dan/atau terbitnya NIB/sertifikat, lembar evaluasi mutu produk (hasil uji atau catatan keluhan), serta catatan produksi dan penjualan untuk verifikasi kuantitatif dan analisis dampak, sehingga fase ini tidak hanya mendorong penyelesaian administrasi legal tetapi juga memastikan perubahan praktik produksi dan kemasan yang dapat diverifikasi untuk meningkatkan akses pasar dan keberlanjutan usaha.

Tabel 4. Tahap Keberlanjutan Program

Defenisi Kegiatan	Indikator Terukur	Bukti/Verifikasi
• Terbangunnya kapasitas internal kelompok dalam menjalankan manajemen usaha dasar (pembukuan sederhana, manajemen stok), mekanisme pemasaran kolektif, dan strategi akses pasar yang berkelanjutan (offline & digital). • Terciptanya rencana tindak lanjut (sustainability plan) yang menyertakan jadwal pelatihan lanjutan, pembagian peran dalam kelompok, mekanisme pemasaran bersama, dan target pasar.	• Jumlah anggota yang terlatih pembukuan dasar: minimal 10 anggota; tingkat penguasaan (post-test) $\geq 75\%$. • Adanya mekanisme pemasaran kolektif yang diformalkan (mis. rekening bersama, kelompok pemesanan, jadwal pasokan ke satu outlet): 1 mekanisme tertulis dan disepakati. • Peningkatan jumlah outlet/kanal distribusi yang dijangkau (mis. warung lokal, pasar modern, platform online): baseline 2 outlet → target +3 outlet baru dalam 6 bulan. • Kenaikan rata-rata pendapatan kelompok per anggota dalam 6 bulan: target kenaikan 20–40% dibandingkan sebelum intervensi. • Tersusunnya sustainability plan tertulis: 1 dokumen yang memuat indikator keberlanjutan, jadwal, dan pihak yang bertanggung jawab.	• Modul & hasil pelatihan pembukuan, notulen rapat pembentukan mekanisme pemasaran kolektif, daftar outlet baru, laporan penjualan bulanan, sustainability plan.

--	--	--

Sumber : Analisis Tim Hibah, 2025

Tahap keberlanjutan program difokuskan pada penguatan kapasitas internal kelompok supaya dapat menjalankan manajemen usaha dasar secara mandiri (pembukuan sederhana, manajemen stok), membentuk serta memformalkan mekanisme pemasaran kolektif, dan merumuskan strategi akses pasar berkelanjutan baik offline maupun digital; kegiatan ini bertujuan menghasilkan outcomes yang terukur seperti minimal 10 anggota terlatih pembukuan dasar dengan tingkat penguasaan post-test $\geq 75\%$, terbentuknya satu mekanisme pemasaran kolektif tertulis dan disepakati (mis. rekening bersama, kelompok pemesanan, jadwal pasokan ke outlet), peningkatan jumlah outlet/kanal distribusi dari baseline (contoh baseline 2 outlet) dengan target penambahan ≥ 3 outlet baru dalam 6 bulan, kenaikan rata-rata pendapatan per anggota dalam 6 bulan sebesar 20–40% dibandingkan kondisi pra-intervensi, serta tersusunnya satu dokumen sustainability plan yang memuat indikator keberlanjutan, jadwal kegiatan lanjutan, pembagian peran dalam kelompok, mekanisme pemasaran bersama, dan target pasar; seluruh capaian diverifikasi melalui modul dan hasil pelatihan pembukuan, notulen rapat pembentukan mekanisme pemasaran kolektif, daftar outlet baru yang terjalin kerjasama, laporan penjualan bulanan sebagai bukti peningkatan pendapatan dan jangkauan distribusi, serta sustainability plan tertulis sebagai dokumen rujukan untuk tindak lanjut dan akuntabilitas pelaksanaan program ke depan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

1. Intervensi yang mengombinasikan pelatihan modular (regulasi, branding, desain kemasan, higiene, penataan label, fotografi produk) dengan pendampingan on-site terbukti efektif dalam meningkatkan kapabilitas teknis kelompok usaha mikro; indikator kuantitatif (kenaikan skor pre-post, partisipasi $\geq 90\%$, produk kemasan baru, foto pemasaran) mendukung tercapainya pembelajaran dan output nyata.
2. Pendampingan intensif dua bulan dengan monitoring berkala mempercepat pemenuhan persyaratan legal (NIB/sertifikat halal) dan perbaikan proses produksi, terbukti dari target asistensi, jumlah pengajuan/terbit dokumen, penurunan keluhan mutu, serta peningkatan volume produksi.
3. Upaya perbaikan desain kemasan tidak hanya memenuhi aspek kepatuhan label tetapi juga meningkatkan nilai komersial produk, sehingga mendukung akses ke kanal distribusi yang lebih luas dan potensi kenaikan pendapatan.
4. Penguatan kapasitas manajerial (pembukuan sederhana, manajemen stok) dan pembentukan mekanisme pemasaran kolektif adalah prasyarat penting untuk keberlanjutan dampak; keberadaan sustainability plan tertulis dan mekanisme pemasaran formal menjadi indikator kesiapan kelompok untuk beroperasi mandiri.
5. Kombinasi metode (kelas terstruktur + praktik on-site + monitoring kuantitatif) memberikan bukti yang dapat diverifikasi melalui dokumen: materi pelatihan, daftar hadir, pre-post test, file desain, fotodokumentasi, log pendampingan, bukti pengajuan/terbit NIB, laporan produksi/penjualan, dan sustainability plan.

4.2 Saran

1. Standarisasi dan penguatan sistem monitoring-evaluasi: gunakan indikator terukur yang sudah ditetapkan (mis. skor pre-post, persentase kepatuhan label, volume produksi, jumlah NIB terbit) dalam dashboard sederhana untuk pemantauan real-time dan pengambilan keputusan adaptif.
2. Perpanjangan dan penyesuaian intensitas pendampingan berdasarkan kesiapan masing-masing unit: alokasikan tambahan sesi untuk kelompok yang belum mencapai ambang pengajuan dokumen legal atau yang menunjukkan sedikit perbaikan mutu.
3. Scale up desain kemasan berbasis bukti pasar: lakukan uji pasar (produk A/B testing) untuk desain terbaru, kumpulkan data penjualan dan preferensi konsumen, lalu gunakan hasil tersebut untuk menyusun pedoman desain kemasan yang dapat direplikasi.
4. Integrasi pelatihan pembukuan dan pemasaran digital lebih awal: masukkan modul pembukuan sederhana dan strategi pemasaran digital (platform online, fotografi produk, listing produk) dalam paket pelatihan inti agar kelompok segera dapat mengelola penjualan dan cashflow secara mandiri.

5. Formalkan mekanisme pemasaran kolektif dan tata kelola internal: fasilitasi penyusunan SOP, notulen kesepakatan, dan pembentukan rekening bersama atau sistem PO untuk meningkatkan daya tawar kelompok terhadap buyer dan outlet.
6. Rencana keberlanjutan berbasis indikator dan penanggung jawab: finalisasi sustainability plan yang memuat target jangka pendek (6 bulan) dan jangka menengah (12–24 bulan), indikator keberhasilan, jadwal kegiatan lanjutan, serta penanggung jawab internal/eksternal untuk setiap aktivitas.
7. Dokumentasi dan diseminasi hasil: susun laporan ringkas yang menampilkan capaian kuantitatif dan studi kasus keberhasilan (mis. unit yang memperoleh NIB dan peningkatan penjualan setelah perubahan kemasan) untuk menarik dukungan mitra/penyalur dan membuka akses pasar baru.
8. Rekomendasi kebijakan kecil: usulkan mekanisme penghubung formal dengan layanan pemerintah/OPD terkait perizinan dan standar halal untuk mempercepat proses legalisasi bagi kelompok usaha mikro.

Limitasi dan studi lanjutan

PKM ini hanya melibatkan satu kelompok masyarakat di satu kabupaten dan memiliki masa tindak lanjut yang singkat, sehingga belum dapat dipastikan efek jangka panjang maupun kesesuaiannya bila diterapkan di daerah lain. Karena periode observasi pasca-pelatihan singkat, perubahan yang bersifat jangka panjang, misalnya peningkatan pendapatan atau pertumbuhan usaha belum terukur. Selain itu, tanpa adanya kelompok kontrol sebagai pembanding, sulit memastikan bahwa perubahan yang terlihat sepenuhnya disebabkan oleh pelatihan.

Ucapan terima kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh anggota kelompok penerima manfaat, fasilitator, tim pendamping, mitra lokal, dan pihak-pihak terkait, Universitas Baturaja, pemerintah daerah dan penyandang dana dalam hal ini Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi (Kemdiktisaintek) atas komitmen, dan partisipasi aktif selama rangkaian pelatihan dan pendampingan; dukungan tersebut telah menghasilkan kemajuan nyata dalam aspek legalitas, perbaikan produksi, dan desain kemasan yang meningkatkan daya saing produk, dan kami berharap kerjasama ini dapat berlanjut untuk mewujudkan keberlanjutan usaha serta manfaat yang lebih luas bagi komunitas.

Referensi

- Abbas, W., Amin, A., Prawira, M. R., & Antuli, R. R. (2023). Penguatan UMKM di Desa Sumberjo Melalui Program 3P: Pembuatan Brand, NIB, dan Pendampingan Sertifikasi Halal (Strengthening MSMEs in Sumberjo Village Through the 3P Program: Brand Creation, NIB, and Halal Certification Assistance). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 193–202. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i2.2536>
- Agustinus, E., Sopiya, M., Mulyani, N., & Pamulang, U. (2022). *Umkm Di Tangerang Selatan*. 3(3), 317–322.
- Anggraini RD, & Jariyah. (2023). Upaya Perbaikan Kemasan dan Pelabelan Guna Meningkatkan Kualitas Produk Bumbu CV. Miracle Agro Spices. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(2), 45–56.
- Darmansah, F. Z., Septian, M. Y., & Salsabila, A. P. (2025). *Perencanaan Pengembangan Website Portofolio dengan Sistem Manaj Emen Konten (CMS) untuk Bisnis Fotografi Menggunakan Metode User Centered Design*. 3. <https://doi.org/10.59841/saber.v3i1.2014>
- Eka Marlana, & Azharuddin M Amin. (2023). ANALISIS KELAYAKAN USAHA PENGOLAHAN IKAN SALAI DI KELURAHAN AIR DINGIN KECAMATAN BUKIT RAYA KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU (Studi Kasus Pada Usaha Ikan Salai Sedap Bakat). *Dinamika Pertanian*, 38(3), 311–322. [https://doi.org/10.25299/dp.2022.vol38\(3\).11913](https://doi.org/10.25299/dp.2022.vol38(3).11913)
- Fathanudien, A. (2024). Sosialisasi Legalitas Usaha Bagi UMKM Dalam Pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) Di Desa Susukan Kecamatan Cipicung Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(7), 3056–3063. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i7.1404>
- Friadi, J., Diana Titik Windayanti, & Abdul Malik Made. (2024). Pemberdayaan Masyarakat UMKM

- dalam Pemasaran Produk Lokal Batam. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 159–167. <https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.3608>
- Hakim, L., Aprinisa, A., Ainita, O., Anggalana, A., & Ardiansyah, M. (2022). Pendampingan Dan Pelatihan Legalitas Usaha Dan Sertifikasi Produk Umkm Penghasil Keripik Desa Bumi Sari, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 1(2), 74–79. <https://doi.org/10.36448/jpu.v1i2.15>
- Hermawati, L., & Ekawarti, Y. (2023). *Learning and Action (Pla) Pada Usaha Mikro Di Modern Dan Pasar Ekspor*. 4 Prosidin, 2023. Retrieved from <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/sembadha/article/view/2459/1221>
- Hermawati, Lisa, Yulitiawati, Y., Dona, E. M., & Gultom, A. W. (2025). *Pelatihan Pembuatan Portofolio Bisnis dalam Meningkatkan Brand Awareness UKM Bidang Kuliner (Training on Business Portfolio Creation in Enhancing Brand Awareness for SMEs in the Culinary Sector)*. 3(2), 45–55.
- Indriani, S., Hermawati, L., & Sari, E. K. (2024). Peningkatan Kualitas Produk VCO Melalui Pendampingan Legalitas Usaha dan Branding produk pada Kelompok UMK Disabilitas Bersama Jaya Kecamatan Lubuk Raja OKU. *ORENS ABDIMAS JURNAL PENGABDIAN*, 1(01), 6–14.
- Lisa, H., Ema, P., Taufik, M., & Anna, Y. (2025). Analysis of technology adoption and government policy in improving the financial performance of SMEs in the Indonesia agricultural sector. *Heritage and Sustainable Development*, 7(1), 117–132. <https://doi.org/10.37868/hsd.v7i1.966>
- Mardatillah, A., Zubaidah, E., Riza, N. B., Yusnidar, Y., & Yuli, A. R. (2025). Daya Saing Umkm Melalui Kemasan Berkelanjutan: Pengabdian Kepada Masyarakat Di Terengganu, Malaysia. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 1905–1911. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i2.43764>
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., & Ningsih, S. (2022). PKM Meningkatkan Penjualan UMKM Dengan E-Commerce Disaat Pandemi Covid 19. *Minda Baharu*, 6(2), 234–243. <https://doi.org/10.33373/jmb.v6i2.4265>
- Marka, M. M., Azis, N., & Alifiana, M. A. (2018). Manajemen Usaha Dan Legalitas Usaha. *Seminar Nasional Kolaborasi Pengabdian Pada Masyarakat*, 22, 185–192.
- Maulana, A., Novalia, N., Yuliani, Y., Bashir, A., & Putri, M. A. (2023). Penguatan Legalitas Usaha Berbasis Information Communication Technology (ICT) dalam Meningkatkan Pendapatan bagi UMKM. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 285–294. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i2.2597>
- Nur Azizah, S., Sulistyowati, E., Ali Masnun, M., Perwitasari, D., & Akhmad Faisol, S. (2023). Literasi Hukum: Legalitas Produk dan Halal Awarness dalam rangka Meningkatkan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ABISATYA: Journal of Community Engagement*, 1(2), 28–38. Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/abisatya>
- Oktaviani, R. F., Niazi, H. A., Thoha, M. N. F., Anwar, S., & Prasetya, R. E. (2024). Penguatan Branding dan Pengemasan Produk UMKM di Desa Duren Seribu Kota Depok (Strengthening Branding and Packaging of MSME Products in Duren Seribu Village, Depok City). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 551–561. Retrieved from <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i4.2717>
- Pranogyo, A. B., Tarsono, O., Hendro, J., Jack, R. W., Ichsan, M., & Suryono, D. W. (2025). *Pelatihan Soft Skills dan Legalitas Usaha sebagai Strategi Peningkatan Kapasitas UMKM*. 5(2), 101–112. <https://doi.org/10.36406/progresif.v5i2.231>
- Pratiwi, I., Pamungkas, B., Apriyanti, T., Firdausi, M. R., Rusnandi, I., Trisnaliani, L., & Yunanto, I. (2025). Impementasi Alat Zero Emission Smoker Dalam Rangka Program Inovillage Kepada Umkm Ikan Salai Rizki 99 Di Desa Sungai Kedukan, Kecamatan Rambutan, Kabupaten Banyuasin 1, Sumatera Selatan. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 3(1), 317–327. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v3i1.2049>
- Sari, E. M., Fatimah, S., Sumawardani, S., Princess, A. C., & Mardaleta, D. (2023). Pembuatan ikan salai patin di sentra pengolahan hasil perikanan Desa Koto Mesjid, Kampar-Riau. *Jurnal Oase Nusantara*, 2(2), 67–76. Retrieved from Ikan patin asap; Koto Masjid; nilai tambah; pengolahan
- Sembiring, D. A., Azis, M. L., Lathifah, A., Khoirunissa, O., Fauzi, Ade Fathin, Ockta, N., ... Maulana, A. I. (2024). Pendampingan dan Pelatihan UMKM di Desa Kalijati oleh Kelompok KKN Universitas Singaperbangsa Karawang. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1),

- 87–97. <https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.2963>
- Suminartika, E., Hapsari, H., & Deliana, Y. (2024). Pelatihan Kemasan Produk UMKM di Desa Mekarmanik Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung Jawa Barat. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(11). <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.8139>
- Vuspitasari, B. K., Hapsari, V. R., Usman, U., & Silvester, S. (2024). Sosialisasi Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur melalui Kreativitas dan Inovasi pada Siswa. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 273–279. <https://doi.org/10.35912/yumary.v5i2.2503>
- Yulitiawati, Aini, H., Dona, E. M., Kenamon, M., Feblin, A., & Destalya, G. (2024). Pelatihan kreatifitas dan inovasi usaha mikr kecil dalam meningkatkan perekonomian keluarga di desa batu winangun kabupaten ogan komering ulu. 4(1), 259–266.