

Upaya Peningkatan Produktivitas Melalui Legalisasi Dan *Product Branding* Keripik Tape

Pawestri Winahyu, Akhmad Fahrur Rozi, Imam Syaiconi, Mohammad Faesal Sodikin

Universitas Muhammadiyah Jember

Email: pawestri@unmuhjember.ac.id, fahrurrozi@unmuhjember.ac.id

Diterima: Desember 2020;Dipublikasikan: Februari 2021

ABSTRAK

Kabupaten Bondowoso memiliki *brand* sebagai Kota Tape. Sebagai komoditas asli Bondowoso, tape dinilai masih minim perhatian dan perlindungan dari pemerintah. Padahal, tape tidak sekedar menjadi komoditas bisnis, tetapi juga identitas budaya dan kebanggaan masyarakat Bondowoso. Ada banyak makanan olahan berbahan dasar ubi kayu atau singkong. Makanan olahan yang dihasilkan antara lain tape, proll tape, keripik singkong, brownies tape, suwar-suwir, dan dodol tape. Akan tetapi, muncul varian makanan yang unik berbahan dasar tape, yaitu keripik tape milik Bapak Mulyadi yang pada usahanya memiliki banyak sekali permasalahan yang dihadapi. Diantaranya: (1) belum memiliki nomor PIRT, SIUP dan NPWP; (2) Masih menggunakan pemasaran yang tergolong tradisional yaitu dengan menjual di tempat produksi / rumah pemilik; (3) alat produksi yang digunakan masih tergolong sederhana dan seadanya; (4) menjual keripik tape yang masih mentah (tidak digoreng); (5) serta yang paling riskan tidak memiliki nama usaha dan *labeling* pada kemasan produk keripik tape milik Bapak Mulyadi. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh home industri keripik tape Bapak Mulyadi ini, maka diharapkan setelah dilakukan pendampingan dan upaya dalam legalisasi serta *product branding*, usaha home industri keripik tape Bapak Mulyadi lebih berkembang dan dikenal karena sudah memiliki legalitas usaha.

Kata Kunci : keripik tape,legalisasi, product branding

ABSTRACT

Bondowoso Regency is a district that has a brand as the City of Tape. As a Bondowoso original commodity. "tape" is considered still minimal attention and protection from the government. Even though, "tape" is not just a business commodity, but also the cultural identity and pride of the Bondowoso people. There are many processed foods made from cassava. Processed foods produced include tape, proll tape, cassava chips, brownies tape, suwar-suwir, and dodol tape. However, emerged a unique food variant made from tape, that is Mr. Mulyadi's chip crisps which in his business has a lot of problems faced. Among them: (1) don't have numbers of PIRT, SIUP and NPWP; (2) Still using traditional marketing, namely by selling at the production site; (3) production equipment used is still relatively simple and improvised; (4) sell raw chips (not fried); (5) as well as the most risky, does not have a business name and labeling on the packaging of Mr. Mulyadi's chips product. Based on the problems faced by Mr. Mulyadi's home tape chip industry, it is expected that after assistance and efforts are made in legalizing and product branding, Mr Mulyadi's home chip industry business is more developed and is known for having business legality

Keywords:tape chip, legalization, product branding

PENDAHULUAN

Kabupaten Bondowoso merupakan Kabupaten yang memiliki *brand* sebagai Kota Tape, sehingga merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang terkenal dengan produk makanan olahan berbahan dasar ubi kayu atau singkong. Makanan olahan yang dihasilkan antara lain tape, proll tape, keripik singkong, brownies tape, suwar-suwir, dan dodol tape. Sebagai komoditas asli Bondowoso, tape dinilai masih minim perhatian dan perlindungan dari pemerintah. Padahal, tape tidak sekedar menjadi komoditas bisnis, tetapi juga identitas budaya dan kebanggaan masyarakat Bondowoso. Menurut Anarnkaporn (2007), salah satu dari semua alat untuk memenangkan persaingan UKM yang menempati urutan pertama adalah *branding*. *Branding* menjadi penting karena melalui *branding*, produk akan teridentifikasi dan terdiferensiasi dengan baik sehingga lebih mudah dikenali dan diingat oleh pembeli. Melalui *branding* produk, pelaku-pelaku usaha baru yang notabene berskala kecil mampu bersaing dengan pelakupelaku usaha menengah atau besar dalam memenuhi kebutuhan individu, organisasi dan masyarakat luas di pasaran secara sehat dan fair.

Home Industri keripik tape Bapak Mulyadi mulai memproduksi relatif baru sekitar 1 (satu) tahun, akan tetapi permintaan dari masyarakat tergolong tinggi. Produksi tapenya sendiri setiap harinya menghabiskan kurang lebih 50 kg tape yang diolahnya sendiri. Ada banyak permasalahan yang dihadapi pada home industri keripik tape Bapak Mulyadi, dari belum memiliki nomor PIRT, SIUP maupun NPWP, pengolahannya yang masih tergolong sederhana, sampai dengan pemasarannya menggunakan pemasaran yang tergolong masih tradisional. Pemasaran yang dilakukan hanya dengan menyediakan produk keripik tape yang masih mentah di rumah si pemilik. Sedangkan hal yang sangat riskan yang terjadi pada *home industry* keripik tape milik Bapak Mulyadi ini adalah tidak adanya *labeling* / merk pada produknya..

Berbagai keterbatasan yang telah diuraikan tersebut diatas, menunjukkan bahwa *home industry* keripik tape Bapak Mulyadi masih membutuhkan untuk pengembangan usaha. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari masih terdapatnya keterbatasan dalam sisi hukum, operasional, sumber daya manusia dan pemasaran. Oleh karena itu, dari keterbatasan tersebut masih dipandang perlu dilaksanakannya pelatihan legalisasi dan *product branding* yang bersifat *problem solving* dimana hal tersebut dapat mengembangkan usahanya dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh *home industry*. Berdasarkan analisis situasi pada *home industry* keripik tape Bapak Mulyadi, maka dapat dirumuskan permasalahan prioritas sebagai berikut:

1. Secara etika hukum bisnis *home industry* keripik tape Bapak Mulyadi, belum memiliki nama usaha, nomor PIRT, SIUP serta NPWP pemilik. Sehingga syarat utama sebuah usaha agar bisa berkembang masih belum terpenuhi.
2. Keripik tape Bapak Mulyadi menggunakan pemasaran yang tergolong masih tradisional. Pemasaran yang dilakukan hanya dengan menyediakan produk keripik tape yang masih mentah di rumah si pemilik.
3. Tidak adanya *labeling* pada kemasan produk keripik tape milik Bapak Mulyadi.

Permasalahan yang terjadi dalam industri usaha keripik tape Bapak Mulyadi yang beralamatkan di Dusun Krajan RT. 06 RW.01 Desa Pucang Anom Kecamatan Jambesari Darusholah Kabupaten Bondowoso adalah:

1. Belum memiliki nama usaha, nomor PIRT, SIUP dan NPWP
2. Masih menggunakan pemasaran yang tergolong tradisional. Pemasaran yang dilakukan hanya dengan menjual keripik tape yang mentah di tempat produksi / rumah pemilik.
3. Tidak adanya *labeling* pada kemasan produk keripik tape milik Bapak Mulyadi.

Dari permasalahan tersebut, hal mendasar yang bisa dilakukan dalam program pengabdian masyarakat ini adalah dengan cara: (1) Pendampingan dan transfer informasi untuk pembuatan nomor PIRT, SIUP dan NPWP; (2) legalisasi dan *product branding* agar meningkatkan pemasaran produk pada keripik tape Bapak Mulyadi sehingga tercipta *brand* di kalangan masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan solusi dan target luaran yang diusulkan dalam pengabdian kepada masyarakat Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Stimulus ini, maka diuraikan tahapan dalam melaksanakan solusi pada bidang manajemen pemasaran dan ijin operasional.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Bidang Pemasaran dan Ijin Operasional

Solusi	Luaran	Tahapan
Pendampingan dan transfer informasi dan pengetahuan dalam membuat nomor PIRT, SIUP serta NPWP	Mengetahui tentang cara, manfaat dan syarat pembuatan nomor PIRT, SIUP serta NPWP	Memberikan informasi tentang syarat-syarat administrasi yang harus dipenuhi dalam pembuatan nomor PIRT, SIUP serta NPWP. Mengumpulkan berkas yang harus dipenuhi dalam pembuatan nomor PIRT, SIUP serta NPWP Menunjukkan instansi yang dituju dalam pembuatan nomor PIRT, SIUP serta NPWP
Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran	Meningkatnya pengetahuan tentang pentingnya <i>product branding</i> serta cara memasarkan produk	Pembuatan nama usaha sebagai <i>brand</i> usaha keripik tape. Pembuatan stempel usaha sebagai tanda pengenal dari industri usaha keripik tape Bapak Mulyadi. Pelatihan mengenai berbagai alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan serta pendampingan pembuatan sarana promosi.

HASIL KEGIATAN PENGABDIAN

Hasil dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat dapat dilihat dari dua indikator yaitu ketercapaian target luaran dan peningkatan wawasan mengenai pemasaran.

Indikator Pencapaian Tujuan:

a. Indikator Umum

1. Redesain kemasan produk keripik tape Bapak Mulyadi agar tidak mudah ditiru dan memiliki *brand* tersendiri.
2. Pembuatan stempel usaha sebagai tanda pengenal dari industri usaha keripik tape Bapak Mulyadi.
3. Pelatihan mengenai berbagai alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan serta pendampingan pembuatan sarana promosi pada media elektronik.

b. Indikator Khusus

1. Tingkat keberhasilan pelatihan strategi pemasaran, sehingga usaha keripik tape Bapak Mulyadi mampu menjual produknya secara online maupun offline.
2. Meningkatkan wawasan penulis terhadap upaya peningkatan produktivitas melalui *product branding*.
3. Melatih keterampilan penulis khususnya dalam berkontribusi dengan masyarakat agar dapat berdaya guna bagi kehidupan masyarakat.

Dari pelatihan peningkatan produktivitas melalui *product branding* ini keluaran yang dihasilkan adalah:

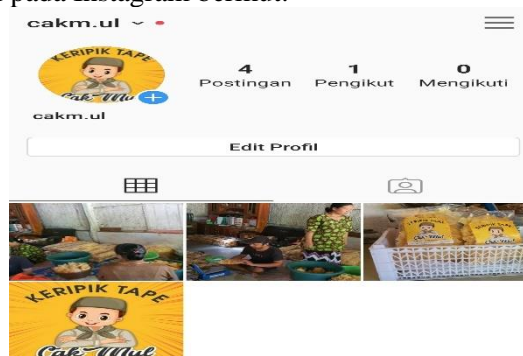
1. Pembuatan nomor PIRT, SIUP serta NPWP.

Kelengkapan berkas sudah terpenuhi dan terkirim ke instansi yang dituju untuk pembuatan PIRT, SIUP dan NPWP, hanya saja terkendala adanya Covid19, sehingga penerbitannya masih tertunda.

2. Meningkatkan pengetahuan tentang pentingnya *product branding* serta cara memasarkan produk. Adapun desain produk keripik tape Bapak Mulyadi adalah sebagai berikut:



3. Pembuatan stempel usaha sebagai tanda pengenal dari industri usaha keripik tape Bapak Mulyadi.
4. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan serta pendampingan pembuatan sarana promosi pada media elektronik. Seperti pada Instagram berikut:



KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat ini merupakan program yang akan terus berlanjut, karena manfaat dan respon dari pemilik usaha keripik tape yang cukup baik. Secara umum program ini terbagi menjadi tiga bagian program besar, yaitu: desain kemasan produk keripik tape, pelatihan mengenai berbagai alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan serta pendampingan pembuatan sarana promosi pada media elektronik, serta pembuatan stempel usaha, PIRT, SIUP dan NPWP. Secara umum keberhasilan program ini terlaksana dengan baik dinilai dari ketercapaian pelatihan serta pembuatan stempel usaha, PIRT, SIUP dan NPWP.

Saran untuk program kedepannya adalah pemantauan yang lebih intens terhadap pemasaran produk keripik tape. Pelatihan strategi pemasaran ini mampu memberikan peluang produk keripik tape untuk dipasarkan ke wilayah yang lebih besar lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anarnkaporn, Angkana. 2007. Branding as a Competitive Advantage for SMEs. *RU International Journal*. Vol. 1 No. 1. Pp. 25-36.
- Assauri, Sofjan 2015, *Manajemen Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Rencana Strategis Pengabdian Universitas Muhammadiyah Jember 2016 – 2020.
- <http://www.organisasi.org/1970/01/isi-kandungan-gizi-tape-singkong-komposisi-nutrisi-bahan-makanan.html>