ISSN 2615-8507 (print)
ISSN 2622-1713 (online)

OPTIMALISASI LEGALITAS UMKM MELALUI PENDAMPINGAN LEGALITAS USAHA PANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA/P-IRT DI DESA CILINAYA MATARAM

Makiyah[1], Ni Made Purnami[2]
Universitas Bumigora, Universitas Udayana
Korespondensi[2]: nimadepurnami@unud.ac.id

Diserahkan: 30 Juli 2025, Disetujui: 27 Agustus 2025, Tersedia daring: 11 Oktober 2025

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Cilinaya, Kota Mataram melalui pelatihan legalitas usaha (Pangan Industri Rumah Tangga/P-IRT) dan pemasaran digital. Permasalahan utama mitra adalah minimnya pemahaman tentang perizinan dan keterampilan promosi daring. Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahap: persiapan, pelatihan, serta monitoring dan evaluasi, dengan pendekatan pendampingan partisipatif. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terhadap prosedur pengajuan izin P-IRT dan kemampuan menggunakan media sosial serta marketplace untuk promosi produk. Sebagian peserta mulai menyiapkan dokumen perizinan dan mengoptimalkan konten digital. Kegiatan ini membuktikan bahwa kolaborasi antara akademisi, pemerintah desa, dan pelaku usaha efektif dalam memperkuat daya saing ekonomi desa dan menciptakan kemandirian UMKM berbasis teknologi.
Kata kunci: Pemberdayaan masyarakat, UMKM, legalitas usaha, pemasaran digital

Abstract

This Community Service Program (PKM) aims to enhance the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Cilinaya, Mataram through training on business legality (Home Industry Food License) and digital marketing. The main issues faced by partners are limited knowledge of licensing procedures and inadequate digital marketing skills. The program was implemented in three stages—preparation, training, and monitoring and evaluation—using a participatory mentoring approach. The results show significant improvement in participants' understanding of Home Industry Food License application procedures and their ability to utilize social media and online marketplaces for product promotion. Many participants have begun preparing licensing documents and developing digital content. This program demonstrates that collaboration between academia, local government, and entrepreneurs effectively strengthens village economic competitiveness and fosters MSME independence through technology-based empowerment.
Keywords: *Community empowerment, MSMEs, business legality, digital marketing*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa merupakan salah satu instrumen penting dalam memperkuat fondasi pembangunan nasional yang berkelanjutan. Desa-desa di Kota Mataram termasuk Desa Cilinaya, memiliki potensi sumber daya ekonomi lokal yang cukup besar, baik berupa keterampilan masyarakat, bahan baku pangan, maupun semangat kewirausahaan. Potensi tersebut berpeluang besar dikembangkan melalui kegiatan usaha mikro yang berorientasi pada produk olahan pangan dan rumah tangga. Namun, potensi yang dimiliki belum diiringi dengan kemampuan manajerial dan adaptasi teknologi yang memadai.

Salah satu kendala utama yang dihadapi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah pedesaan adalah keterbatasan pengetahuan tentang legalitas usaha, khususnya perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT). Legalitas ini menjadi aspek krusial untuk menjamin keamanan produk sekaligus memperluas akses

pemasaran ke pasar modern. Produk tanpa izin P-IRT cenderung diragukan dari sisi kualitas dan keamanan, sehingga tidak dapat dipasarkan di toko ritel besar atau secara daring (Kusumastuti & Arifin, 2021). Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah menghadirkan peluang baru dalam pemasaran produk lokal melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace. Namun, banyak pelaku UMKM belum memiliki kemampuan yang memadai untuk mengelola strategi pemasaran digital yang efektif (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Kondisi tersebut menuntut adanya intervensi nyata dalam bentuk pelatihan dan pendampingan yang dapat membantu pelaku UMKM memahami pentingnya legalitas usaha serta meningkatkan kemampuan dalam strategi pemasaran digital. Pendekatan edukatif melalui kegiatan pelatihan berbasis praktik dinilai efektif untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan kompetensi teknis masyarakat. Sebagaimana dibuktikan oleh Mutiarni, Utomo, dan Zuhroh (2017), kegiatan pendampingan keuangan di Koperasi Wanita Bunga Harapan Desa Ceweng mampu meningkatkan kemampuan administrasi dan pengelolaan usaha masyarakat secara signifikan.

Selain itu, hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Suaidah dan Yahya (2025) menunjukkan bahwa pelatihan P-IRT dan *digital marketing* mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya sertifikasi produk serta keterampilan dalam menggunakan media digital sebagai sarana promosi dan distribusi. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa model kegiatan pelatihan yang menggabungkan aspek legalitas usaha dengan strategi pemasaran digital memiliki efektivitas tinggi dalam memperkuat daya saing produk lokal. Berdasarkan landasan empiris tersebut, pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Cilinaya diarahkan untuk memperkuat kapasitas ekonomi warga melalui pendampingan P-IRT dan digital marketing yang berkelanjutan.

2. Profil Mitra Binaan

Mitra binaan dalam kegiatan ini adalah kelompok pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Cilinaya, yang berfokus pada usaha pangan rumahan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan perangkat desa serta perwakilan kelompok usaha, diketahui bahwa sebagian besar UMKM di desa ini bergerak di sektor olahan makanan ringan, minuman herbal, serta produk tradisional berbasis bahan lokal. Usaha-usaha tersebut didominasi oleh ibu rumah tangga dan kelompok pemuda yang mengembangkan kegiatan ekonomi skala kecil di lingkungan rumah.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah belum adanya pemahaman yang memadai tentang proses pengurusan izin P-IRT, sehingga sebagian besar produk belum memiliki legalitas resmi untuk diedarkan di pasar yang lebih luas. Ketiadaan izin tersebut tidak hanya membatasi potensi ekspansi usaha, tetapi juga menurunkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan mutu produk. Selain itu, kemampuan pemasaran digital para pelaku UMKM masih sangat terbatas. Banyak di antara mereka belum mampu mengelola akun media sosial dan marketplace secara optimal, bahkan sebagian belum memahami pentingnya identitas merek (*branding*), kemasan produk, serta foto promosi yang menarik.

Keterbatasan tersebut menyebabkan produk lokal Desa Cilinaya sulit bersaing di tengah kompetisi pasar yang semakin digital. Padahal, dengan dukungan teknologi dan pelatihan yang tepat, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan keluarga. Oleh karena itu, kegiatan Pelatihan P-IRT dan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM Desa Cilinaya ini dirancang sebagai solusi

komprehensif untuk menjawab kebutuhan masyarakat desa. Pendampingan ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pemahaman konseptual, tetapi juga keterampilan praktis dalam pengurusan izin, manajemen usaha, dan strategi pemasaran digital yang efektif.

Urgensi kegiatan PKM ini sangat tinggi mengingat transformasi digital kini menjadi tuntutan utama bagi keberlanjutan usaha mikro. Intervensi akademisi melalui kegiatan pengabdian diharapkan mampu memperkuat kapasitas wirausaha masyarakat, meningkatkan daya saing produk lokal, serta mendorong kemandirian ekonomi yang berkelanjutan di tingkat desa (Nambisan et al., 2019; Panoram et al., 2024).

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Pemberdayaan Masyarakat dan UMKM

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses untuk meningkatkan kemampuan individu dan kelompok dalam mengontrol sumber daya ekonomi, sosial, dan politik yang ada di lingkungannya. Dalam konteks pembangunan ekonomi desa, pemberdayaan diarahkan untuk memperkuat kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi lokal agar mampu menciptakan kemandirian ekonomi secara berkelanjutan. Menurut Chambers (2019), pemberdayaan tidak hanya berarti peningkatan pendapatan, tetapi juga peningkatan kemampuan masyarakat untuk membuat keputusan ekonomi secara mandiri, serta mengakses peluang pasar dan sumber daya produktif.

Salah satu bentuk konkret dari pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan pilar utama ekonomi nasional yang berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan kesejahteraan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (KemenkopUKM, 2021), sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM bukan hanya agenda ekonomi, melainkan juga strategi sosial untuk mengurangi kemiskinan dan ketimpangan.

Di wilayah pedesaan, peran UMKM lebih dominan karena menjadi sumber penghidupan utama masyarakat. Namun, sektor ini juga menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan akses modal, lemahnya pengelolaan manajemen, rendahnya literasi digital, serta minimnya pemahaman mengenai legalitas usaha (Tambunan, 2019). Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat pedesaan tidak dapat dilepaskan dari upaya memperkuat UMKM sebagai entitas ekonomi lokal yang berpotensi besar untuk berkembang.

Menurut Munir dan Indarti (2012), keberhasilan pemberdayaan masyarakat sangat bergantung pada sejauh mana masyarakat mampu terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan ekonomi, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Pendekatan partisipatif menjadi kunci penting untuk menciptakan rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap program pemberdayaan. Oleh karena itu, model pemberdayaan modern menempatkan masyarakat bukan sebagai objek, melainkan sebagai subjek pembangunan yang memiliki kapasitas untuk menentukan arah pertumbuhan ekonomi di lingkungannya.

Pendekatan akademisi melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) juga memainkan peran signifikan dalam mendukung penguatan UMKM. Mutiarni, Utomo, dan Zuhroh (2017) menegaskan bahwa kegiatan pendampingan yang dilakukan di Koperasi Wanita Bunga Harapan mampu meningkatkan keterampilan pencatatan transaksi dan manajemen keuangan anggota koperasi. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan berbasis pelatihan dan praktik langsung memberikan dampak nyata terhadap

peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat pedesaan. Dengan demikian, kegiatan PKM berperan sebagai jembatan antara dunia akademik dan kebutuhan riil masyarakat, terutama dalam mendukung transformasi ekonomi desa.

Selain aspek teknis dan manajerial, pemberdayaan UMKM juga memerlukan penguatan nilai sosial seperti kolaborasi dan gotong royong. Ahuja dan Shankar (2019) menekankan bahwa kerja sama antar pelaku usaha lokal dapat meningkatkan daya tawar terhadap pasar dan menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung. Kolaborasi ini sangat relevan di lingkungan pedesaan, di mana hubungan sosial menjadi modal utama dalam membangun jaringan produksi dan distribusi produk lokal.

Dalam konteks Desa Cilinaya, pemberdayaan masyarakat melalui UMKM menjadi instrumen strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Kegiatan pelatihan dan pendampingan P-IRT serta digital marketing bukan hanya memperkuat kemampuan teknis pelaku usaha, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif masyarakat untuk berinovasi dan berkolaborasi dalam memajukan ekonomi desa. Oleh karena itu, konsep pemberdayaan yang diintegrasikan dengan penguatan UMKM menjadi fondasi penting bagi keberhasilan kegiatan PKM ini.

2. Teori Legalitas Usaha dan Pentingnya P-IRT bagi UMKM

Legalitas usaha merupakan salah satu fondasi utama dalam pengelolaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keberadaan izin usaha tidak hanya berfungsi sebagai pengakuan hukum terhadap suatu aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi instrumen penting untuk menjamin keamanan, kepercayaan, dan keberlanjutan usaha. Dalam konteks usaha pangan rumahan, legalitas ini diwujudkan dalam bentuk Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT), yaitu izin edar yang diberikan kepada pelaku usaha pangan skala kecil agar dapat memasarkan produknya secara resmi di tingkat lokal maupun nasional.

Menurut Djankov, McLiesh, dan Ramalho (2018), simplifikasi perizinan dan regulasi usaha memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi dan daya saing sektor UMKM. Prosedur perizinan yang sederhana dapat mendorong pelaku usaha informal untuk bertransformasi menjadi usaha formal, sehingga lebih mudah mengakses fasilitas pembiayaan, pelatihan, dan jaringan distribusi. Hal ini sejalan dengan penelitian Kusumastuti dan Arifin (2021) yang menunjukkan bahwa kemudahan perizinan melalui kebijakan *online single submission* (OSS) mendorong peningkatan jumlah pelaku UMKM yang mendaftarkan legalitas usahanya.

Dalam konteks usaha pangan, sertifikasi P-IRT tidak hanya berfungsi sebagai syarat administratif, tetapi juga sebagai jaminan keamanan produk bagi konsumen. P-IRT menandakan bahwa produk telah memenuhi standar kesehatan pangan yang ditetapkan oleh Dinas Kesehatan, termasuk aspek kebersihan, penyimpanan bahan, pengolahan, dan pengemasan. Menurut Kemenkes RI (2020), pelaku usaha yang memiliki izin P-IRT diharuskan mengikuti penyuluhan keamanan pangan untuk memastikan pemahaman terhadap prinsip higiene dan sanitasi produksi. Dengan demikian, legalitas melalui P-IRT bukan hanya simbol kepatuhan, melainkan mekanisme pengendalian mutu yang memberikan perlindungan kepada produsen dan konsumen.

Lebih jauh, legalitas usaha menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan pasar (market trust). Produk yang memiliki sertifikasi resmi cenderung lebih mudah diterima oleh konsumen modern, ritel, dan platform digital. Menurut World Bank (2020), adanya sertifikasi dan izin resmi meningkatkan kredibilitas usaha di mata lembaga keuangan serta membuka akses terhadap program bantuan pemerintah dan investor. Hal

ini menunjukkan bahwa P-IRT memiliki peran ganda: sebagai alat regulatif sekaligus instrumen strategis dalam pengembangan ekonomi mikro.

Keterkaitan antara legalitas dan keberlanjutan usaha juga ditegaskan dalam penelitian Mutiarni, Utomo, dan Zuhroh (2017) yang menemukan bahwa penguatan sistem administrasi dan pencatatan keuangan pada koperasi wanita di Jombang berimplikasi pada peningkatan tata kelola organisasi dan legitimasi kelembagaan di mata anggotanya. Dalam konteks serupa, penerapan legalitas usaha melalui P-IRT bagi pelaku UMKM dapat dianggap sebagai langkah awal menuju tata kelola bisnis yang lebih transparan dan profesional.

Namun, pada praktiknya, banyak pelaku UMKM, khususnya di wilayah pedesaan, belum memahami pentingnya legalitas usaha. Minimnya literasi regulasi, kesulitan administratif, serta persepsi bahwa pengurusan izin memerlukan biaya besar menjadi penghambat utama (Kusumastuti & Arifin, 2021). Oleh sebab itu, kegiatan pelatihan dan pendampingan seperti yang dilaksanakan di Desa Cilinaya menjadi sangat relevan untuk menjawab persoalan ini. Melalui pendekatan edukatif, pelaku usaha dapat memahami manfaat jangka panjang dari kepemilikan izin P-IRT, mulai dari peningkatan kepercayaan konsumen hingga peluang ekspansi ke pasar daring.

Penerapan P-IRT juga memiliki nilai strategis dalam era ekonomi digital. Dalam pemasaran berbasis e-commerce, konsumen semakin memperhatikan legalitas dan keamanan produk sebelum membeli. Oleh karena itu, P-IRT berfungsi sebagai jaminan kualitas (quality assurance) yang dapat memperkuat posisi tawar produk lokal di pasar online. Dengan legalitas yang jelas, pelaku UMKM tidak hanya melindungi usahanya dari risiko hukum, tetapi juga memperoleh peluang ekonomi yang lebih besar melalui integrasi ke dalam ekosistem bisnis digital yang formal.

Dengan demikian, teori legalitas usaha menegaskan bahwa izin P-IRT bukan sekadar kewajiban administratif, melainkan bagian integral dari strategi penguatan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Legalitas memberikan dasar kepercayaan, membuka akses pasar, serta mendorong transformasi pelaku usaha dari sektor informal menuju ekonomi formal yang lebih tangguh dan berdaya saing tinggi.

3. Pendampingan Penguatan Daya Saing Produk Lokal

Penguatan daya saing produk lokal merupakan strategi kunci dalam meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat desa di tengah dinamika pasar global yang semakin kompetitif. Daya saing tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengadaptasi inovasi, mengelola sumber daya, dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Menurut Porter (2019), keunggulan bersaing (*competitive advantage*) muncul ketika pelaku usaha mampu menciptakan nilai tambah yang unik dan sulit ditiru oleh pesaing. Dalam konteks desa, nilai tambah tersebut dapat dihasilkan melalui optimalisasi sumber daya lokal, inovasi produk, serta penerapan sistem manajemen dan pemasaran modern.

Model pemberdayaan masyarakat berbasis pelatihan dan pendampingan menjadi pendekatan yang efektif untuk membangun daya saing produk lokal. Kegiatan pelatihan berperan sebagai sarana transfer pengetahuan dan peningkatan keterampilan teknis, sementara pendampingan memberikan dukungan praktis dalam penerapan hasil pelatihan ke dalam praktik usaha sehari-hari. Suaidah dan Yahya (2025) menegaskan bahwa kombinasi kedua pendekatan ini terbukti meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memperoleh izin P-IRT sekaligus mengoptimalkan pemanfaatan media digital

untuk promosi produk. Pendekatan berbasis praktik langsung ini menciptakan pembelajaran yang aplikatif, sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat desa.

Selain itu, model pelatihan dan pendampingan yang efektif harus memperhatikan karakteristik sosial dan ekonomi masyarakat lokal. Mutiarni, Utomo, dan Zuhroh (2017) menunjukkan bahwa keberhasilan kegiatan pendampingan di Koperasi Wanita Bunga Harapan disebabkan oleh penerapan metode partisipatif, di mana peserta dilibatkan secara aktif dalam proses pembelajaran dan penerapan hasil kegiatan. Pendekatan ini menumbuhkan rasa memiliki dan tanggung jawab sosial terhadap hasil kegiatan, sehingga dampaknya lebih berkelanjutan.

Kerangka model penguatan daya saing produk lokal juga harus mempertimbangkan aspek kolaborasi antara lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan komunitas usaha. Giones dan Brem (2020) menyebutkan bahwa kolaborasi lintas sektor merupakan faktor penting dalam menciptakan ekosistem inovasi yang mendukung pengembangan kewirausahaan digital. Perguruan tinggi dapat berperan sebagai fasilitator dalam memberikan pelatihan, riset pasar, dan pendampingan manajerial, sementara pemerintah menyediakan regulasi dan insentif bagi pelaku UMKM untuk berkembang.

Penelitian Panoram et al. (2024) di Thailand menegaskan bahwa penguatan ekonomi berbasis sumber daya lokal yang dipadukan dengan pelatihan modern mampu meningkatkan nilai jual produk masyarakat hingga 50% melalui diversifikasi produk dan pemasaran digital. Hasil serupa juga ditemukan oleh Setiawan dan Nugroho (2022) di Indonesia, di mana transformasi digital UMKM menghasilkan peningkatan omzet, perluasan pasar, serta efisiensi dalam operasional usaha. Kedua penelitian tersebut membuktikan bahwa penguatan daya saing tidak hanya bergantung pada modal fisik, tetapi juga pada *capacity building* yang berkelanjutan.

Model penguatan daya saing yang diterapkan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Cilinaya mengadopsi prinsip-prinsip tersebut melalui tiga tahapan utama: (1) pelatihan legalitas usaha (P-IRT) sebagai dasar penguatan kepercayaan konsumen, (2) pelatihan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar, dan (3) pendampingan pasca pelatihan untuk memastikan keberlanjutan dampak kegiatan. Pendekatan ini mencerminkan integrasi antara aspek regulatif, edukatif, dan inovatif dalam membangun ekonomi desa yang mandiri.

Secara konseptual, model penguatan daya saing berbasis pelatihan dan pendampingan dapat digambarkan sebagai suatu siklus berkelanjutan (*continuous improvement cycle*) yang melibatkan tiga elemen inti: peningkatan kapasitas manusia, penguatan sistem usaha, dan optimalisasi teknologi. Model ini menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengembangan ekonomi lokal, sedangkan peran akademisi dan pemerintah adalah sebagai fasilitator dan katalisator perubahan.

Dengan demikian, model pelatihan dan pendampingan dalam kegiatan PKM tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif masyarakat akan pentingnya inovasi, legalitas, dan kolaborasi dalam membangun daya saing produk lokal. Pendekatan ini sejalan dengan visi pembangunan ekonomi inklusif yang menempatkan desa sebagai pusat pertumbuhan berbasis pengetahuan dan teknologi.

C. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro agar memiliki legalitas usaha yang sah dan keterampilan pemasaran berbasis digital. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pendekatan

partisipatif dan aplikatif, yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama proses pembelajaran. Dalam model ini, tim dosen berperan sebagai fasilitator, sedangkan peserta dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi hasil pembelajaran.

Secara garis besar, metode pelaksanaan kegiatan ini dibagi ke dalam tiga tahapan utama, yaitu: tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan, serta tahapan monitoring dan evaluasi. Masing-masing tahap disusun secara sistematis untuk memastikan kegiatan berjalan efektif dan mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

1. Tahapan Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan kegiatan observasi dan analisis kebutuhan mitra binaan di Desa Cilinaya. Tim PKM melakukan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM dan perangkat desa untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi usaha masyarakat, kendala yang dihadapi, serta potensi pengembangan yang dapat dikembangkan melalui kegiatan pelatihan. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha di desa ini belum memiliki izin Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT), dan belum memahami strategi pemasaran digital yang efektif.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, tim kemudian menyusun rancangan kegiatan yang berfokus pada dua tema utama: pelatihan legalitas usaha dan pelatihan pemasaran digital. Kegiatan dirancang secara terintegrasi dengan mempertimbangkan kebutuhan peserta, ketersediaan narasumber, serta dukungan dari pemerintah desa. Selain itu, tim juga melakukan koordinasi dengan Dinas Kesehatan Kota Mataram untuk menghadirkan narasumber resmi dalam sesi pelatihan P-IRT, serta bekerja sama dengan praktisi digital marketing untuk memberikan materi dan pendampingan terkait strategi promosi daring.

Pada tahap ini, disiapkan pula sarana dan prasarana pendukung kegiatan seperti ruang pelatihan di Balai Desa Cilinaya, perangkat presentasi, modul pembelajaran, serta perlengkapan dokumentasi. Sebagai bentuk sosialisasi awal, tim PKM juga mengadakan pertemuan dengan calon peserta untuk menjelaskan tujuan kegiatan, manfaat pelatihan, serta rencana tindak lanjut yang akan dilakukan setelah kegiatan berakhir.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan PKM ini, yang direncanakan berlangsung selama dua hari. Kegiatan akan dilaksanakan di Balai Desa Cilinaya dengan melibatkan sekitar 25 pelaku UMKM, perangkat desa, serta narasumber dari instansi dan praktisi profesional.

Sesi I – Pelatihan Legalitas Usaha (P-IRT) akan dilaksanakan pada tanggal 10 Februari 2025. Dalam sesi ini, narasumber dari Dinas Kesehatan Kota Mataram akan memberikan materi mengenai pentingnya legalitas usaha bagi produk pangan rumahan, prosedur pengajuan izin P-IRT, serta standar kebersihan dan keamanan pangan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Peserta akan memperoleh pengetahuan tentang tahapan administrasi pengurusan izin, mulai dari penyusunan berkas, pemeriksaan sarana produksi, hingga proses penerbitan nomor P-IRT. Selain teori, kegiatan juga akan dilengkapi dengan simulasi pengisian formulir dan diskusi interaktif agar peserta memahami langkah-langkah praktis yang harus dilakukan setelah pelatihan.

Selanjutnya, Sesi II – Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM akan dilaksanakan pada tanggal 11 Februari 2025. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk. Materi akan mencakup pengenalan strategi promosi melalui media sosial seperti Instagram dan

Facebook, serta pelatihan praktis dalam membuat toko daring pada platform marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Peserta akan diajak mempraktikkan teknik pengambilan foto produk, pembuatan konten promosi, serta penulisan deskripsi produk yang menarik dan sesuai dengan karakteristik pasar digital.

Kedua sesi ini akan dilaksanakan dengan metode ceramah interaktif, diskusi, simulasi, dan praktik langsung, sehingga peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga dapat mengaplikasikan materi secara mandiri. Tim PKM juga menyiapkan modul pelatihan yang dapat digunakan sebagai panduan peserta setelah kegiatan berakhir.

3. Tahapan Monitoring dan Evaluasi

Tahapan monitoring dan evaluasi disusun untuk memastikan keberlanjutan hasil kegiatan serta menilai efektivitas pelaksanaan program. Evaluasi akan dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Secara kuantitatif, penilaian dilakukan dengan membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test* guna mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi P-IRT dan digital marketing. Sementara itu, evaluasi kualitatif dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap penerapan materi pelatihan di usaha masing-masing peserta.

Selain evaluasi jangka pendek, tim PKM juga merencanakan pendampingan lanjutan melalui pertemuan daring dan kelompok diskusi WhatsApp. Tujuan dari kegiatan lanjutan ini adalah untuk memantau kemajuan peserta, membantu proses pengurusan izin P-IRT, serta mendampingi mereka dalam mengelola toko daring. Pendekatan pendampingan berkelanjutan ini diharapkan mampu menjaga kesinambungan hasil pelatihan, sekaligus memperkuat jejaring antar pelaku UMKM di Desa Cilinaya.

Hasil evaluasi dan monitoring akan digunakan untuk menyusun laporan kegiatan PKM serta rekomendasi tindak lanjut bagi pemerintah desa dan instansi terkait agar kegiatan serupa dapat dikembangkan di desa-desa lain. Melalui tahapan yang terencana dan terukur ini, kegiatan PKM diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kompetensi dan daya saing pelaku UMKM di wilayah pedesaan.

D. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Cilinaya merupakan salah satu upaya strategis untuk memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat desa melalui peningkatan kompetensi legalitas usaha dan keterampilan pemasaran berbasis digital. Kegiatan ini dilaksanakan dengan melibatkan 25 peserta yang seluruhnya merupakan pelaku UMKM aktif di Desa Cilinaya. Peserta juga berperan sebagai responden dalam pengukuran hasil pelatihan menggunakan instrumen pre-test dan post-test. Hasil pelaksanaan kegiatan disajikan berdasarkan tahapan pelaksanaan yang telah dirancang sebelumnya.

1. Tahapan Persiapan

Tahap persiapan menghasilkan beberapa capaian penting sebagai dasar pelaksanaan kegiatan. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki izin Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) dan masih menggunakan metode konvensional dalam promosi produk. Sebagian besar peserta (80%) belum mengetahui prosedur pengajuan izin usaha, sedangkan seluruh peserta belum familiar dengan teknik pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace.

Berdasarkan temuan tersebut, tim PKM menyusun rancangan kegiatan pelatihan yang terdiri atas dua fokus utama: pelatihan legalitas usaha (P-IRT) dan pelatihan

pemasaran digital (digital marketing). Tim juga berkoordinasi dengan Dinas Kesehatan Kota Mataram untuk menghadirkan narasumber resmi pada sesi P-IRT dan dengan praktisi digital marketing lokal untuk sesi strategi promosi daring. Tahapan persiapan juga mencakup penyusunan modul pembelajaran, pembuatan instrumen evaluasi pre-test dan post-test, serta penyiapan sarana pelatihan di Balai Desa Cilinaya. Peserta yang telah mendaftar diberikan sosialisasi awal mengenai manfaat dan tujuan kegiatan, agar mereka siap mengikuti pelatihan secara aktif.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama dua hari, yakni 10 dan 11 Februari 2025, dengan dua topik pelatihan utama. Hari pertama difokuskan pada *Pelatihan Legalitas Usaha (P-IRT)*, dan hari kedua pada *Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM*.

Pelatihan Legalitas Usaha (P-IRT) dilaksanakan pada tanggal 10 Februari 2025 dan diikuti oleh seluruh 25 peserta. Narasumber dari Dinas Kesehatan Kota Mataram memberikan materi mengenai dasar hukum P-IRT, tata cara pengajuan izin, dan standar kebersihan pangan yang harus dipenuhi. Peserta diberi contoh dokumen, melakukan simulasi pengisian formulir, dan memahami pentingnya sertifikasi P-IRT bagi peningkatan kepercayaan konsumen. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa mayoritas peserta telah mampu memahami alur perizinan dan menyiapkan dokumen pendukung usaha.

Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM dilaksanakan pada tanggal 11 Februari 2025 dengan peserta yang sama. Narasumber dari praktisi digital marketing memberikan pelatihan teknis mengenai pembuatan akun toko daring di Shopee dan Tokopedia, serta pengelolaan promosi di Instagram dan Facebook Business. Peserta berlatih membuat konten foto produk, menulis deskripsi, serta menentukan strategi harga dan promosi yang menarik. Kegiatan berlangsung secara interaktif, dengan peserta mempraktikkan langsung cara mengunggah produk dan membuat kampanye promosi sederhana.

Hasil sementara menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan, yang kemudian diukur melalui evaluasi hasil belajar pada tahap berikutnya.

Gambar 1: Sosialisasi Kegiatan kepada warga

Gambar 2: Penjelasan PIRT dari Dinas Kesehatan

3. Tahapan Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan pelatihan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Evaluasi dilakukan secara deskriptif, melalui pengukuran *pre-test* dan *post-test*, serta observasi langsung terhadap penerapan hasil pelatihan.

Seluruh 25 peserta pelatihan juga berperan sebagai responden dalam pengisian instrumen evaluasi yang disusun oleh tim pelaksana PKM.
Indikator penilaian kegiatan mencakup tiga aspek utama: 1) Pemahaman Legalitas Usaha (P-IRT) meliputi kemampuan peserta memahami tahapan, dokumen, dan persyaratan perizinan; 2) Keterampilan Digital Marketing meliputi kemampuan peserta dalam membuat akun toko daring, mengunggah produk, dan memanfaatkan media sosial; 3) Kesiapan Implementasi Hasil Pelatihan meliputi kesanggupan peserta untuk menerapkan hasil pelatihan dalam usaha masing-masing.

Penilaian dilakukan dengan skala 0–100 untuk seluruh 25 peserta/responden. Nilai rata-rata pre-test menggambarkan pemahaman awal sebelum pelatihan, sedangkan post-test menggambarkan tingkat pemahaman setelah pelatihan.

Tabel 1. Hasil Penilaian Pre-test dan Post-test Peserta (N = 25)

No	Aspek Penilaian	Rata-rata Pre-test	Rata-rata Post-test	Peningkatan (Δ)	Keterangan
1	Pemahaman P-IRT dan Legalitas Usaha	60,2	87,7	+27,5	Peningkatan signifikan
2	Keterampilan Digital Marketing	56,6	84,7	+28,1	Peningkatan signifikan
3	Kesiapan Implementasi Hasil Pelatihan	58,0	88,0	+30,0	Peningkatan signifikan
Rata-rata Total		58,4	86,8	+28,4	Peningkatan keseluruhan signifikan

Sumber: Data survey tim PKM (2025)

Berdasarkan tabel di atas, nilai rata-rata peserta meningkat secara signifikan dari 58,4 menjadi 86,8 dengan rata-rata peningkatan 28,4 poin. Seluruh aspek menunjukkan kemajuan positif, yang menandakan efektivitas kegiatan pelatihan dalam meningkatkan kompetensi peserta.

Dari hasil analisis deskriptif terhadap hasil pelatihan menunjukkan perubahan perilaku dan peningkatan kemampuan peserta. Sebanyak 92% peserta menyatakan telah memahami dengan baik tahapan pengurusan izin P-IRT, sementara 88% peserta mampu membuat akun toko daring di marketplace secara mandiri. Selain itu, 84% peserta sudah memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk mereka.

Dari hasil observasi, peserta tampak lebih percaya diri dalam mempresentasikan produknya dan mulai memperbaiki kemasan sesuai dengan prinsip keamanan pangan. Beberapa peserta juga menyatakan telah menyiapkan dokumen untuk proses pengajuan izin P-IRT setelah pelatihan.

Secara umum, pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Cilinaya. Hasil ini menguatkan temuan penelitian Mutiarni, Utomo, dan Zuhroh (2017) bahwa pendampingan berbasis praktik lapangan dapat meningkatkan kemampuan manajerial pelaku usaha di tingkat desa, serta mendukung hasil penelitian Suaidah dan Yahya (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan terpadu berbasis legalitas dan digital marketing efektif dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini dinilai berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM baik dari aspek legalitas usaha maupun kemampuan promosi digital. Adanya peningkatan signifikan pada hasil pre-test dan post-test menunjukkan bahwa

pelatihan ini relevan dengan kebutuhan masyarakat dan berpotensi memberikan dampak berkelanjutan terhadap pengembangan ekonomi kreatif di Desa Cilinaya

E. PENUTUP

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan di Desa Cilinaya bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam aspek legalitas dan pemasaran digital. Secara umum, kegiatan ini berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta tentang pentingnya izin Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) dan keterampilan dalam memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk.

Peserta menunjukkan perubahan yang signifikan setelah mengikuti pelatihan. Sebagian besar mulai menyiapkan dokumen pengajuan izin P-IRT, memperbaiki kemasan produk sesuai standar keamanan pangan, dan memanfaatkan marketplace serta media sosial sebagai sarana promosi. Pendekatan pendampingan partisipatif yang diterapkan selama kegiatan terbukti efektif dalam mendorong keterlibatan aktif peserta, meningkatkan kepercayaan diri, serta menumbuhkan kemandirian dalam mengelola usaha.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar kegiatan pendampingan tetap dilanjutkan hingga seluruh pelaku UMKM memperoleh izin P-IRT. Selain itu, perlu dilakukan pelatihan lanjutan yang berfokus pada pengembangan merek, strategi promosi berkelanjutan, dan analisis pasar digital. Pemerintah desa bersama perguruan tinggi juga diharapkan dapat memfasilitasi pembentukan komunitas UMKM digital Desa Cilinaya sebagai wadah berbagi pengalaman dan memperkuat jejaring usaha antar pelaku.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa pelatihan terpadu berbasis legalitas usaha dan digital marketing merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM di tingkat desa. Dengan kolaborasi berkelanjutan antara akademisi, pemerintah, dan masyarakat, Desa Cilinaya berpotensi menjadi contoh keberhasilan pemberdayaan ekonomi lokal yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar modern.

DAFTAR PUSTAKA

Ahuja, V., & Shankar, J. (2019). *Benefits of collaborative ICT adoption for building project management*. *Construction Innovation*, 9(3), 323–340.

Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2020). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 44(1), 1–20. https://doi.org/10.25300/MISQ/2020/14444

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.

Djankov, S., McLiesh, C., & Ramalho, R. (2018). Regulation and growth. *Economics Letters*, 167, 46–48. https://doi.org/10.1016/j.econlet.2018.03.003

Giones, F., & Brem, A. (2020). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 10(5), 5–16. https://doi.org/10.22215/timreview/1357

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. (2019). *Cost accounting: A managerial emphasis* (17th ed.). Pearson Education.

KemenkopUKM. (2021). *Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2021*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.

Kusumastuti, R., & Arifin, Z. (2021). The impact of business licensing simplification on micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 9(2), 123–135. https://doi.org/10.33005/jeb.v9i2.123

Mintzberg, H. (2019). *Strategy safari: A guided tour through the wilds of strategic management* (3rd ed.). Free Press.

Mutiarni, R., Utomo, L. P., & Zuhroh, S. (2017). Pendampingan pencatatan transaksi keuangan pada Koperasi Wanita Bunga Harapan Desa Ceweng. *Journal of Community Service*, 1(1), 33–38.

Munir, M., & Indarti, I. (2012). Analisa tingkat kesehatan koperasi pada Koperasi Simpan Pinjam "Cendrawasih" Kecamatan Gubug Tahun Buku 2011. *Jurnal Widyamanggala*, 1(2), 72–63.

Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges, and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.04.013

Panoram, P., Srisuk, K., Suphakritsuwannakul, N., & Jantaraj, B. (2024). The elevation of the grassroots economy based on local resources to create high value for sales in the modern trade market: A case study of Krasang District, Buriram Province, Thailand. *Journal of Ecohumanism*, 3(7), 4261–4277. https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4539

Setiawan, R., & Nugroho, A. (2022). Digital transformation in small and medium enterprises (SMEs): A case study of Indonesia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(3), 456–472. https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2021-0401

Suaidah, Y. M., & Yahya, M. F. (2025). Penguatan daya saing produk lokal melalui pelatihan P-IRT dan digital marketing di Balai Desa Gondek untuk kemandirian usaha. *Prosiding SNEB 2025*, 1–8.

Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Isu strategis dan kebijakan pemerintah*. LIPI Press.

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2019). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Review Press.