

SOSIALISASI HUKUM PEMASARAN PRODUK MAKANAN HASIL UMKM MELALUI DIGITAL

Ismail¹, Bahmid², Dicky Apdillah³, Zairul Abdi Siagian⁴, Cici Rahma Alia Simanjuntak⁵, Deviana Dewi Sirait⁶, Nadila Br Nadapdap⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Hukum, Universitas Asahan

e-mail: ismail_izu@yahoo.com

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tentang regulasi hukum yang harus dipenuhi dalam memasarkan produk makanan secara digital. Dilaksanakan di Desa Banjar, Kabupaten Asahan, kegiatan ini melibatkan sosialisasi hukum mengenai pentingnya izin edar, keamanan pangan, dan perlindungan konsumen dalam pemasaran produk makanan melalui platform digital. Tim memberikan penyuluhan mengenai berbagai sertifikasi dan izin yang diperlukan, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), Sertifikat Produksi Industri Rumah Tangga (P-IRT), dan sertifikasi halal. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Desa Banjar memiliki minat yang besar untuk memanfaatkan teknologi digital namun masih membutuhkan pendampingan dalam mematuhi regulasi hukum yang berlaku. Diharapkan melalui kegiatan ini, UMKM dapat memasarkan produk mereka dengan lebih legal, aman, dan kompetitif di pasar digital.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Regulasi Hukum, Produk Makanan, Sertifikasi.

Abstract

This community service program aims to provide Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) with an understanding of the legal regulations required for marketing food products digitally. Conducted in Banjar Village, Asahan Regency, this activity involved legal education on the importance of distribution permits, food safety, and consumer protection in the digital marketing of food products. The team delivered counseling on various necessary certifications and permits, such as the Business Identification Number (NIB), Home Industry Food Production Certificate (P-IRT), and halal certification. The results of this activity show that MSME actors in Banjar Village are highly interested in utilizing digital technology but still require guidance in complying with the applicable legal regulations. It is hoped that through this program, MSMEs will be able to market their products legally, safely, and competitively in the digital market.

Keywords: UMKM, Digital Marketing, Legal Regulations, Food Products, Certification.

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara kepulauan dengan populasi lebih dari 275 juta jiwa pada tahun 2021, memiliki dinamika ekonomi yang dipengaruhi oleh berbagai sektor, salah satunya adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sektor UMKM memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar tenaga kerja nasional. Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, digitalisasi menjadi salah satu kunci utama dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama dalam hal pemasaran produk makanan.

Pemasaran digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga secara nasional bahkan internasional. Melalui platform digital seperti marketplace (Shopee, Tokopedia, Bukalapak), media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business), serta situs web resmi, pelaku UMKM dapat mempromosikan produk makanan mereka dengan jangkauan yang lebih luas dan lebih efisien dibandingkan pemasaran tradisional. Namun, meskipun peluang digitalisasi sangat besar, pelaku UMKM seringkali menghadapi hambatan, terutama terkait dengan kurangnya pemahaman mengenai regulasi hukum yang mengatur pemasaran produk makanan secara online.

Pemasaran produk makanan tidak hanya memerlukan keterampilan dalam penggunaan teknologi digital, tetapi juga membutuhkan kepatuhan terhadap berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Pelaku UMKM harus memahami dan mematuhi regulasi seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), Sertifikat Produksi Industri Rumah Tangga (P-IRT), serta izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Kepatuhan terhadap regulasi ini penting untuk menjamin keamanan dan kualitas produk makanan yang dipasarkan secara digital, serta melindungi konsumen dari risiko kesehatan. Selain itu, bagi pelaku UMKM yang menargetkan pasar Muslim,

sertifikasi halal juga menjadi persyaratan penting yang harus dipenuhi untuk menjamin bahwa produk yang dipasarkan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Banyak UMKM, khususnya yang bergerak di bidang produk makanan, masih belum sepenuhnya memahami pentingnya regulasi ini. Kurangnya informasi dan edukasi mengenai legalitas dan keamanan pangan seringkali menjadi penyebab utama pelaku usaha terjebak dalam praktik pemasaran yang tidak sesuai dengan standar hukum. Misalnya, banyak pelaku UMKM yang belum memiliki sertifikat P-IRT, yang padahal sangat penting untuk memastikan bahwa produk mereka telah melalui proses pengujian yang menjamin kelayakan dan keamanan konsumen. Selain itu, kurangnya sertifikasi BPOM dapat menghambat produk untuk dipasarkan di platform digital yang memerlukan verifikasi legalitas dari penjual.

Di sisi lain, perkembangan pesat teknologi informasi juga menciptakan tantangan tersendiri bagi UMKM dalam mengelola pemasaran digital. Pelaku UMKM harus mampu mengelola platform online, berinteraksi dengan konsumen, serta menangani aspek teknis seperti keamanan transaksi dan perlindungan data konsumen. Penggunaan media sosial dan marketplace untuk pemasaran produk makanan tidak hanya memerlukan kemampuan teknis, tetapi juga pengetahuan tentang bagaimana memanfaatkan platform tersebut secara efektif untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Persaingan yang semakin ketat di era digital juga menuntut pelaku UMKM untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan, agar produk mereka dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menjawab tantangan tersebut dengan memberikan sosialisasi hukum kepada pelaku UMKM di Desa Banjar, Kabupaten Asahan, mengenai regulasi hukum yang mengatur pemasaran produk makanan secara digital. Program ini akan memfokuskan pada aspek-aspek penting seperti persyaratan legalitas usaha, keamanan pangan, perlindungan konsumen, serta sertifikasi halal yang diperlukan untuk memperkuat daya saing UMKM di pasar digital. Melalui sosialisasi ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih memahami langkah-langkah yang harus diambil untuk memastikan produk makanan mereka memenuhi standar hukum yang berlaku.

Selain memberikan pemahaman tentang regulasi hukum, program ini juga akan membahas strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk cara memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta menarik konsumen potensial. Tim pengabdian akan melibatkan narasumber yang ahli di bidang hukum dan pemasaran digital, serta akan memberikan panduan praktis kepada pelaku UMKM tentang cara mengelola usaha mereka dengan lebih profesional dan berkelanjutan.

Melalui pendekatan partisipatif, program ini akan melibatkan berbagai pemangku kepentingan di tingkat desa, seperti perangkat desa, tokoh masyarakat, serta pelaku UMKM setempat. Dengan demikian, diharapkan tercipta sinergi yang kuat antara pemerintah desa, pelaku usaha, dan masyarakat dalam mendukung pengembangan UMKM di era digital. Kami berharap bahwa melalui sosialisasi ini, pelaku UMKM di Desa Banjar akan lebih siap dalam menghadapi tantangan di era digital, dan mampu memasarkan produk makanan mereka dengan lebih legal, aman, dan kompetitif di pasar digital.

Pada akhirnya, program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal, memperkuat ketahanan ekonomi desa, dan menciptakan lapangan kerja yang lebih berkelanjutan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang regulasi hukum dan strategi pemasaran digital, pelaku UMKM di Desa Banjar diharapkan mampu mengambil peluang besar yang ditawarkan oleh digitalisasi, serta memastikan bahwa produk makanan yang mereka hasilkan dapat diterima secara luas oleh konsumen di pasar yang semakin kompetitif.

METODE

Metode pelaksanaan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan:
 - a. Melakukan observasi di Desa Banjar terkait permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam memahami regulasi pemasaran produk makanan melalui teknologi digital, serta melakukan audiensi dengan Kepala Desa untuk mendapatkan izin pelaksanaan sosialisasi.
 - b. Menentukan waktu dan tempat di mana sosialisasi akan dilaksanakan, dengan mempertimbangkan aksesibilitas bagi para pelaku UMKM di desa tersebut.
2. Pelaksanaan:
 - a. Tim pengabdian melakukan sosialisasi hukum dengan memberikan materi tentang regulasi pemasaran produk makanan melalui platform digital, termasuk aspek legal seperti izin edar, keamanan pangan, dan perlindungan konsumen.

- b. Para narasumber yang ahli di bidang hukum dan teknologi digital akan menjelaskan peraturan-peraturan yang harus dipatuhi oleh pelaku UMKM dalam memasarkan produk makanan secara online, serta memberikan contoh-contoh nyata tentang penerapan hukum dalam pemasaran digital.
3. Tahapan akhir:
 - a. Pada kegiatan ini, tim akan memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk bertanya dan berkonsultasi seputar materi yang telah disampaikan oleh narasumber, khususnya mengenai bagaimana mereka dapat memasarkan produk secara legal dan efektif melalui teknologi digital.
 - b. Memberikan apresiasi kepada Kepala Desa Banjar sebagai wujud terima kasih atas dukungan dan terlaksananya sosialisasi hukum tentang pemasaran digital di desa tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Sosialisasi Hukum Pemasaran Produk Makanan Hasil UMKM Melalui Digital dilaksanakan di Kantor Balai Desa Banjar, Kabupaten Asahan. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada hari Senin, tanggal 24 Agustus 2024, pukul 10.00 WIB s/d 12.00 WIB. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM yang bergerak di sektor makanan, Kepala Desa yang diwakili oleh Perangkat Desa, serta perwakilan dari berbagai kelompok masyarakat setempat. Narasumber yang diundang Merupakan Dosen Universitas Asahan, serta Dosen Pembimbing Lapangan Kelompok KKNT dari Universitas Asahan.

Sebelum pelaksanaan sosialisasi, tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara dengan Kepala Desa serta berdiskusi dengan para perangkat desa dan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi terkait pemasaran produk makanan secara digital. Hasil dari observasi ini menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM yang belum memahami peraturan hukum yang harus dipatuhi dalam memasarkan produk makanan secara online, serta cara memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka.

Sosialisasi hukum ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM terkait regulasi yang harus dipenuhi dalam pemasaran digital, seperti izin edar, keamanan pangan, dan perlindungan konsumen. Setelah sosialisasi ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih siap menjalankan usaha mereka secara legal dan kompetitif di pasar digital.

Pada sambutan yang disampaikan oleh Sekretaris Desa Banjar, Bapak Peri Saputra S.Kom, beliau menyampaikan rasa terima kasih kepada tim KKNT dari Universitas Asahan atas inisiatif mereka dalam menyelenggarakan kegiatan sosialisasi ini. Beliau juga mengungkapkan harapannya agar kegiatan ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas kepada para pelaku UMKM tentang pentingnya mematuhi regulasi hukum dalam menjalankan bisnis mereka di era digital.

Selama kegiatan sosialisasi, para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Beberapa peserta mengajukan pertanyaan mengenai cara-cara legal untuk memasarkan produk makanan mereka melalui platform digital, bagaimana mendapatkan izin edar produk, serta langkah-langkah untuk memastikan produk mereka memenuhi standar keamanan pangan. Para peserta juga menanyakan bagaimana cara mengatasi kendala teknis dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk mereka.

Berdasarkan hasil diskusi dan tanggapan dari peserta, dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM di Desa Banjar menyadari pentingnya peran teknologi digital dalam pemasaran produk mereka. Mereka juga menunjukkan kesadaran yang lebih besar terhadap pentingnya mematuhi peraturan hukum yang berlaku agar bisnis mereka dapat berkembang secara berkelanjutan dan terhindar dari risiko hukum di masa mendatang.



Gambar 1. Pemaparan Materi Sosialisasi Oleh Bapak Dicky Apdilah, S.T.,Kom Selaku Narasumber



Gammbar 2. Pemberian Sertifikat Penghargaan Kepada Bapak Dicky Apdilah, S.T.,Kom



Gambar 3. Sesi Poto Bersama Para Tim, Perangkat Desa, Narasumber Serta Para Peserta Sosialisasi

Pembahasan

Dalam era digital yang semakin maju, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peluang besar untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka melalui pemasaran digital. Produk makanan hasil UMKM, yang memiliki potensi besar di Indonesia, perlu dipasarkan dengan cara yang tepat agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif. Namun, dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk, pelaku UMKM harus memahami dan mematuhi berbagai aturan dan regulasi hukum yang berlaku untuk memastikan produk mereka aman, berkualitas, dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Pentingnya Pemasaran Produk Makanan melalui Teknologi Digital

Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Platform digital seperti marketplace (Shopee, Tokopedia, Bukalapak), media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business), dan situs web resmi dapat digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk makanan secara online. Dengan memanfaatkan teknologi ini, UMKM tidak hanya dapat memperluas jangkauan pasar mereka tetapi juga meningkatkan visibilitas produk di tengah persaingan yang semakin ketat.

Melalui pemasaran digital, UMKM dapat lebih mudah mempromosikan keunggulan produk mereka, seperti bahan-bahan berkualitas, proses produksi yang higienis, dan inovasi kemasan. Selain itu, teknologi digital memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, mendapatkan umpan balik, dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka sesuai dengan kebutuhan pasar.

Aspek Hukum dalam Pemasaran Produk Makanan UMKM

Dalam memasarkan produk makanan secara digital, pelaku UMKM harus memahami dan mematuhi berbagai regulasi hukum yang berlaku di Indonesia. Beberapa peraturan penting yang harus dipenuhi oleh UMKM di bidang makanan antara lain:

1. Nomor Induk Berusaha (NIB)

Setiap pelaku usaha UMKM harus memiliki NIB sebagai identitas resmi yang diakui oleh pemerintah. NIB menunjukkan bahwa usaha UMKM telah terdaftar secara legal dan memenuhi persyaratan hukum untuk beroperasi.

2. Sertifikat Produksi Industri Rumah Tangga (P-IRT)

Produk makanan yang dihasilkan oleh UMKM harus memiliki sertifikat P-IRT yang memastikan bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi dan telah memenuhi standar keamanan pangan yang ditetapkan. Sertifikat ini sangat penting untuk memberikan jaminan kualitas kepada konsumen.

3. Sertifikat Dinas Kesehatan (DINKES)

Sertifikat dari Dinas Kesehatan (DINKES) menjamin bahwa produk makanan UMKM diproduksi dengan higienis dan layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Regulasi ini membantu menjaga keamanan pangan di setiap tahap produksi.

4. Sertifikat dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

Produk makanan yang dijual oleh UMKM harus memiliki sertifikat dari BPOM, yang memastikan bahwa produk tersebut telah melalui uji keamanan dan kualitas. Sertifikasi ini penting untuk memastikan bahwa produk yang dipasarkan tidak mengandung bahan berbahaya dan sesuai dengan standar kesehatan yang berlaku.

5. Sertifikat Halal

Bagi UMKM yang menargetkan pasar Muslim, sertifikat halal sangat penting. Sertifikat ini memberikan jaminan bahwa produk yang dijual telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan diatur dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Manfaat Digitalisasi dalam Pemasaran UMKM

Digitalisasi memberikan banyak manfaat bagi pelaku UMKM, terutama dalam hal efisiensi dan efektivitas pemasaran. Berikut adalah beberapa manfaat utama:

1. Jangkauan Pasar yang Lebih Luas

Teknologi digital memungkinkan UMKM menjangkau konsumen di berbagai wilayah, bahkan hingga ke pasar internasional. Hal ini memperluas peluang penjualan dan meningkatkan potensi pertumbuhan bisnis.

2. Efisiensi Biaya Pemasaran

Dengan pemasaran digital, UMKM dapat menghemat biaya yang sebelumnya dikeluarkan untuk promosi tradisional. Platform digital memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan fitur-fitur gratis atau dengan biaya rendah, seperti iklan di media sosial atau promosi melalui marketplace. Peningkatan Brand Awareness

Kehadiran di dunia digital membantu meningkatkan kesadaran konsumen akan produk yang ditawarkan. Strategi pemasaran yang efektif di media sosial dan marketplace dapat meningkatkan brand awareness dan loyalitas konsumen terhadap produk UMKM.

4. Pengelolaan Data dan Interaksi Konsumen

Digitalisasi juga memudahkan UMKM dalam mengumpulkan data konsumen dan menganalisis perilaku mereka. Dengan demikian, UMKM dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka berdasarkan kebutuhan dan preferensi konsumen.

Tantangan dalam Pemasaran Digital untuk UMKM

Meskipun digitalisasi memberikan banyak peluang, pelaku UMKM juga menghadapi beberapa tantangan, terutama terkait dengan kepatuhan terhadap regulasi dan hukum yang berlaku. Beberapa tantangan tersebut antara lain:

1. Kurangnya Pemahaman akan Regulasi

Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami pentingnya mematuhi regulasi, seperti NIB, P-IRT, BPOM, dan sertifikasi halal. Hal ini dapat menyebabkan masalah di kemudian hari, seperti penarikan produk dari pasar atau sanksi hukum.

2. Kompetisi yang Ketat

Di era digital, kompetisi semakin ketat karena UMKM harus bersaing dengan pelaku usaha lain yang juga menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk terus berinovasi dalam hal produk, pemasaran, dan layanan konsumen.

3. Keamanan Transaksi Digital

UMKM juga harus memastikan bahwa transaksi digital yang dilakukan melalui platform online aman dan sesuai dengan regulasi yang berlaku, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) No. 11 Tahun 2008. Perlindungan data konsumen dan keamanan transaksi harus menjadi prioritas bagi setiap pelaku usaha.

SIMPULAN

Sosialisasi Hukum Pemasaran Produk Makanan Hasil UMKM Melalui Digital sangat penting untuk memastikan bahwa pelaku usaha mematuhi regulasi yang berlaku. Memiliki NIB, P-IRT, BPOM, dan sertifikasi halal adalah keharusan untuk menjaga kualitas produk serta membangun kepercayaan konsumen. Di sisi lain, digitalisasi pemasaran membuka peluang besar bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang, dengan syarat UMKM memahami tantangan dan regulasi yang menyertainya. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan pemahaman hukum yang kuat, UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan membangun reputasi bisnis yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, G, P W Sari, and M Riyyan, 'Penerapan Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Akses Pasar UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Rosyana Collection Di Kabupaten Pekalongan)', *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu* ..., 1.November (2023), 158–64 <<https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/40%0Ahttps://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/40/46>>
- Almoravid, Weny, 'Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Produk Makanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Sertifikat Halal', September, 2023, 1–34
- Anastasia Sulistyawati, 'Pemanfaatan Media Digital Dalam Pemasaran Produk Kuliner Umkm Di Kota Denpasar (Studi Kasus: Jl. Hayam Wuruk Dan Jl. Merdeka Denpasar)', Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK), 2.2001 (2023), 339–49 <<https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.139>>
- Azmi Fadhilah, Dian, and Tami Pratiwi, 'Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing', *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12.1 (2021), 17–22 <<https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.279>>
- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi, 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN', *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1.2 (2018), 61–76 <<https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>>
- Haura'nisa, Sri Indah, 'Perlindungan Hukum Ciptakan Peluang Bagi UMKM Pada Perdagangan Bebas Dalam Menghadapi Resesi Global', *Majalah Hukum Nasional*, 53.2 (2023), 223–41 <<https://mhn.bphn.go.id>>
- Hilmiana, Hilmiana, and Desty Hapsari Kirana, 'Digitalisasi Pemasaran Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Segarhalal', *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5.1 (2022), 74 <<https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.35886>>
- Nasution, Salman, and Purnama Ramadani Silalahi, 'Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Kuliner Berbasis Syariah Di Kota Medan', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7.2 (2022), 510–19 <<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/view/13785>>