

Penguatan Standardisasi Produk melalui Coaching Clinic Bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Pacitan

Sultan Aditya Riza*, Arief Budiman

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Info Artikel

Email korespondensi:

Sultan Aditya Riza
adityarizaaa@gmail.com

Keyword:

product standardization, digital
marketing, business assistance

Kata Kunci:

standarisasi produk, pemasaran
digital, pendampingan usaha

Abstract

This community service activity aims to improve the capacity of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Pacitan Regency through coaching clinics and business assistance programs. The activities focused on product standardization, business legality, packaging design, product branding, and digital marketing to enhance the competitiveness of local MSMEs. The program was conducted on April 16–17, 2026 at PLUT KUMKM Kabupaten Pacitan in collaboration with Dinas Koperasi Kabupaten Pacitan and involved 45 MSME participants from processed food and handicraft sectors. The method used was a qualitative approach through lectures, discussions, consultations, observations, and direct mentoring for business actors. The results showed an increase in participants' understanding of the importance of product standardization, business licensing, and the use of digital media for marketing. In addition, the activity successfully identified potential regional superior products that can be developed as a unique identity of Pacitan Regency. The mentoring process also improved the readiness of MSME actors to participate in further facilitation programs such as halal certification, PIRT licensing, and product branding strengthening to support local economic development based on regional potential.

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Pacitan melalui kegiatan coaching clinic dan pendampingan usaha. Fokus kegiatan meliputi standarisasi produk, legalitas usaha, desain kemasan, branding produk, dan pemasaran digital guna meningkatkan daya saing UMKM lokal. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 16–17 April 2026 di PLUT KUMKM Kabupaten Pacitan bekerja sama dengan Dinas Koperasi Kabupaten Pacitan dengan peserta sebanyak 45 pelaku UMKM sektor pangan olahan dan kerajinan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui ceramah, diskusi, konsultasi, observasi, dan pendampingan langsung kepada pelaku usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya standarisasi produk, pengurusan legalitas usaha, dan pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Selain itu, kegiatan ini berhasil mengidentifikasi potensi produk unggulan daerah yang dapat dikembangkan sebagai identitas khas Kabupaten Pacitan. Pendampingan yang dilakukan juga meningkatkan kesiapan pelaku usaha dalam mengikuti program fasilitasi lanjutan seperti sertifikasi halal, PIRT, dan penguatan branding produk sehingga diharapkan mampu mendukung pengembangan ekonomi daerah berbasis potensi lokal.



This is an open-access article
under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi daerah maupun nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjadi sektor yang mampu menyerap tenaga kerja, mengurangi tingkat pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, UMKM menjadi salah satu sektor yang relatif mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi karena memiliki fleksibilitas dalam pengelolaan usaha dan berbasis pada potensi lokal daerah.

Meskipun memiliki peran strategis, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya, khususnya dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Salah satu permasalahan utama yang sering ditemui adalah rendahnya pemenuhan standarisasi produk. Padahal, standarisasi produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, serta memenuhi persyaratan pemasaran baik di tingkat lokal, nasional, maupun global. Produk yang telah memenuhi standar tertentu cenderung lebih mudah diterima pasar dan memiliki nilai tambah dibandingkan produk yang belum terstandarisasi.

Standarisasi produk UMKM mencakup berbagai aspek, antara lain legalitas usaha melalui Nomor Induk Berusaha (NIB), izin edar produk pangan rumah tangga (PIRT), sertifikasi halal, pendaftaran merek dagang, desain kemasan, hingga penerapan praktik produksi yang baik. Pemenuhan aspek-aspek tersebut tidak hanya mendukung kualitas produk, tetapi juga memberikan perlindungan hukum serta meningkatkan profesionalisme pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya.

Kabupaten Pacitan merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, terutama pada sektor pangan olahan, kerajinan, dan produk lokal berbasis kearifan daerah. Beragam produk unggulan yang dihasilkan masyarakat memiliki nilai ekonomi dan potensi pemasaran yang cukup tinggi. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya berkembang secara optimal karena masih terdapat keterbatasan dalam pemenuhan standar produk serta belum adanya pemetaan zona khas produk unggulan berbasis wilayah secara menyeluruh.

Sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM, Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur melaksanakan kegiatan *coaching clinic* peningkatan standarisasi produk yang bertempat di PLUT KUMKM Kabupaten Pacitan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi, pembinaan, dan fasilitasi kepada pelaku UMKM terkait pentingnya standarisasi produk serta langkah-langkah pemenuhannya. Selain itu, kegiatan ini juga dilanjutkan dengan pembinaan dan pendampingan langsung kepada pelaku usaha guna mendukung pemetaan zona khas Kabupaten Pacitan berdasarkan produk unggulan yang dimiliki masing-masing wilayah.

Melalui kegiatan *coaching clinic* dan pendampingan tersebut, diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan kualitas produk, memenuhi standar usaha yang diperlukan, serta memperluas peluang pemasaran produk lokal. Selain itu, pemetaan zona khas diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengembangan potensi daerah dan penguatan identitas produk unggulan Kabupaten Pacitan secara berkelanjutan.

METODE

Tempat dan Waktu. Kegiatan ini dilaksanakan di Kabupaten Pacitan, Jawa Timur, dengan fokus kegiatan di PLUT KUMKM Kabupaten Pacitan sebagai pusat pelaksanaan *coaching clinic* dan pendampingan UMKM. Kegiatan ini menyasar pelaku usaha dari

berbagai sektor, khususnya pangan olahan dan kerajinan, yang memiliki potensi untuk dikembangkan melalui standarisasi produk dan penguatan pemasaran digital. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama dua hari, yaitu pada tanggal 16–17 April 2026, bekerja sama dengan Dinas Koperasi Kabupaten Pacitan. Lokasi ini dipilih karena Kabupaten Pacitan memiliki potensi produk unggulan daerah yang cukup beragam, namun masih memerlukan pendampingan dalam aspek legalitas usaha, desain kemasan, branding, serta pemasaran digital guna meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar yang lebih luas.

Khalayak Sasaran. Khalayak sasaran dalam kegiatan ini adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Pacitan yang bergerak di sektor pangan olahan dan kerajinan. Peserta merupakan pelaku usaha yang telah menjalankan usahanya secara aktif dan memiliki kebutuhan dalam pengembangan standarisasi produk, legalitas usaha, desain kemasan, serta pemasaran digital. Selain pelaku UMKM, kegiatan ini juga melibatkan perwakilan dari Dinas Koperasi Kabupaten Pacitan dan narasumber dari lembaga media sosial yang berperan sebagai pendamping dan fasilitator kegiatan. Secara keseluruhan, kegiatan diikuti oleh 45 pelaku usaha dari berbagai wilayah di Kabupaten Pacitan. Pemilihan peserta dilakukan secara purposive sampling dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif pelaku usaha dalam pengembangan produk serta kesiapan untuk mengikuti program pembinaan dan pendampingan lanjutan terkait standarisasi dan penguatan branding produk UMKM.

Metode Pengabdian. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode pendampingan partisipatif yang bertujuan untuk memahami kondisi dan kebutuhan pelaku UMKM secara kontekstual dalam meningkatkan standarisasi produk dan pemasaran digital di Kabupaten Pacitan. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali pengalaman, kendala, serta kesiapan pelaku usaha dalam proses pengembangan usahanya yang tidak dapat diukur hanya melalui data kuantitatif. Metode pendampingan partisipatif memungkinkan adanya interaksi langsung antara tim pengabdian, narasumber, dan pelaku UMKM melalui kegiatan coaching clinic, diskusi, konsultasi, serta observasi lapangan. Selain itu, metode ini mendukung keterlibatan aktif pelaku usaha sebagai subjek utama dalam proses pembinaan, sehingga solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan usaha masing-masing, khususnya terkait legalitas produk, desain kemasan, branding, dan pemasaran digital.

Metode Evaluasi. Metode evaluasi dalam kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan formatif dan sumatif. Evaluasi formatif dilakukan selama kegiatan berlangsung dengan menilai tingkat partisipasi peserta, keaktifan dalam diskusi dan konsultasi, serta efektivitas penyampaian materi coaching clinic dan pendampingan UMKM. Sementara itu, evaluasi sumatif dilakukan pada akhir kegiatan melalui observasi, wawancara reflektif, serta identifikasi perubahan pemahaman dan kesiapan pelaku usaha dalam menerapkan standarisasi produk, legalitas usaha, desain kemasan, dan pemasaran digital. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada tahap reduksi data dilakukan pengelompokan informasi terkait pemahaman standarisasi produk, kebutuhan legalitas usaha, kemampuan pemasaran digital, serta hambatan yang dihadapi pelaku UMKM. Data yang telah dikategorikan kemudian disajikan secara deskriptif naratif untuk memahami hubungan antara peningkatan kapasitas pelaku usaha, penguatan branding produk, dan

pengembangan potensi UMKM daerah. Tahap akhir dilakukan dengan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil evaluasi kegiatan yang relevan dengan kondisi sosial dan ekonomi pelaku UMKM di Kabupaten Pacitan.

HASIL

Kegiatan coaching clinic dan pendampingan UMKM yang dilaksanakan pada tanggal 16–17 April 2026 di PLUT KUMKM Kabupaten Pacitan menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Kegiatan ini diikuti oleh 45 pelaku usaha dari berbagai sektor, khususnya produk pangan olahan dan kerajinan. Tingginya partisipasi peserta menunjukkan adanya kebutuhan yang besar terhadap pendampingan usaha, terutama dalam aspek standarisasi produk, legalitas usaha, dan pemasaran digital.

Pada kegiatan coaching clinic, peserta memperoleh materi dari narasumber yang berasal dari Dinas Koperasi Kabupaten Pacitan serta praktisi media sosial dan pemasaran digital. Materi yang diberikan meliputi pentingnya standarisasi produk, prosedur pengurusan legalitas usaha seperti NIB, PIRT, sertifikasi halal, dan merek dagang, desain kemasan produk, serta strategi pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif sehingga peserta dapat memahami materi secara lebih mudah dan aplikatif.

Selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terutama pada sesi diskusi dan konsultasi. Beberapa kendala utama yang disampaikan oleh pelaku usaha antara lain kurangnya pemahaman mengenai prosedur perizinan, keterbatasan kemampuan dalam membuat desain kemasan yang menarik, serta minimnya pengetahuan terkait pemasaran digital. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memerlukan pendampingan yang berkelanjutan agar mampu meningkatkan kualitas dan daya saing produknya.

Pembinaan dan pendampingan yang dilaksanakan pada tanggal 17 April 2026 menjadi tindak lanjut dari coaching clinic yang telah dilakukan sebelumnya. Pendampingan difokuskan pada identifikasi potensi produk unggulan masing-masing pelaku usaha, evaluasi kondisi produk, serta pemetaan kebutuhan fasilitasi lanjutan seperti sertifikasi halal, PIRT, dan merek dagang. Selain itu, dilakukan pengumpulan data awal untuk pemetaan zona khas Kabupaten Pacitan berdasarkan jenis produk dan wilayah asal usaha.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa Kabupaten Pacitan memiliki berbagai potensi produk unggulan daerah yang dapat dikembangkan sebagai identitas khas wilayah. Produk-produk tersebut berpeluang untuk meningkatkan nilai ekonomi masyarakat apabila didukung dengan standarisasi produk, penguatan branding, serta strategi pemasaran yang tepat. Pelaku usaha juga menunjukkan kesiapan untuk mengikuti program pendampingan lanjutan sebagai upaya meningkatkan kualitas produk dan memperluas pasar.

Secara umum, kegiatan ini memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM. Pemahaman peserta mengenai pentingnya standarisasi produk mengalami peningkatan, ditunjukkan dengan tumbuhnya kesadaran untuk mengurus legalitas dan sertifikasi produk. Selain itu, kemampuan peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran juga meningkat. Kegiatan ini juga berhasil mengidentifikasi potensi produk unggulan daerah yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan zona khas Kabupaten Pacitan. Di sisi lain, terjalinnya komunikasi dan koordinasi antara

pemerintah daerah dan pelaku usaha menjadi faktor penting dalam mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil kegiatan tersebut, dapat diketahui bahwa coaching clinic dan pendampingan UMKM memiliki peran yang efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha, khususnya dalam aspek standarisasi produk, legalitas usaha, dan pemasaran digital. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan yang berkelanjutan agar pelaku UMKM mampu meningkatkan daya saing produk serta berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi daerah berbasis potensi lokal.

KESIMPULAN

Kegiatan coaching clinic dan pendampingan UMKM di Kabupaten Pacitan telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM memperoleh pemahaman mengenai pentingnya standarisasi produk, legalitas usaha, sertifikasi, pengemasan, serta strategi pengembangan usaha guna meningkatkan kualitas dan daya saing produk di pasar.

Selain itu, kegiatan pendampingan juga mendukung upaya pengembangan potensi lokal melalui pemetaan zona khas produk unggulan daerah. Program ini menjadi salah satu langkah strategis dalam memperkuat kapasitas UMKM agar mampu bersaing secara lebih luas serta berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Pacitan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Kamil, M. (2012). *Model pendidikan dan pelatihan (konsep dan aplikasi)*. Alfabeta
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management, global edition* (Vol. 832). Pearson.
- Tambunan, T. T. (2021). *UMKM di Indonesia: perkembangan, kendala, dan tantangan*. Prenada Media.
- Indonesia, R. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jakarta: Sekretariat Negara*.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.