

Persepsi Pelaku UMKM Kopi Bubuk Terhadap Sertifikasi Produk di Kabupaten Lampung Barat

The Perception Of Ground Coffee MSME Actors on Product Certification in West Lampung Regency

Oleh :

Shanti Novia¹, Suprihatin Ali², Prasetya Nugeraha³
Ilmu Administrasi Bisnis, Fisip, Universitas Lampung
Email : shantinovia04@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dan minat para pelaku UMKM kopi bubuk terhadap sertifikasi produk di Kabupaten Lampung Barat. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan metode campuran. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif kemudian ditunjang dengan data penelitian kualitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan analisis kuantitatif deskriptif dan diikuti dengan analisis kualitatif deskriptif yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi produk memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi pelaku UMKM kopi bubuk yang ada di Kabupaten Lampung Barat, sehingga membuat para pelaku UMKM kopi bubuk berminat dalam mensertifikasi produk yang mereka pasarkan.

Kata Kunci : persepsi, pelaku UMKM, sertifikasi produk

Abstract

This study aims to determine the perception and interest of MSME actors in ground coffee towards product certification in West Lampung Regency. This type of research is descriptive research with a mixed methods approach. The research uses a quantitative approach and is then supported by qualitative research data. Data were collected through questionnaires and interviews. Data analysis was carried out by descriptive quantitative analysis and followed by descriptive qualitative analysis which included data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions or verification. Based on the results of research and data analysis in this study, it shows that product certification has a positive influence on the perception of ground coffee MSME actors in West Lampung Regency, thus making ground coffee MSME actors interested in certifying the products they market.

Keywords: perception, MSME actors, product certification

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman saat ini, ekonomi menjadi salah satu faktor terpenting yang ada dalam kehidupan manusia. Dimana kebutuhan ekonomi memiliki kaitan yang erat dengan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, negara dituntut untuk bisa mengatur mengenai kebijakan perekonomian yang ada di Indonesia. (Hanoatubun, 2020). Akan tetapi di awal tahun 2020 virus Covid-19 menyebar begitu cepat dan menjadi suatu perhatian yang besar bagi dunia, tak terkecuali di Indonesia. Dimana dalam kondisi pandemi Covid-19 tersebut telah membuat Indonesia mengalami banyak kerugian pada perekonomiannya, dikarenakan Indonesia harus melakukan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dimana semua kegiatan terpaksa dihentikan baik itu dalam sektor pendidikan, pusat perbelanjaan, layanan publik, tempat beribadah, tempat wisata dan lain sebagainya (Misno dalam Yamali, 2020).

Dengan adanya pandemi Covid-19 yang melanda di Indonesia memberikan dampak pada penurunan laju pertumbuhan di setiap daerah yang ada, tak terkecuali di Provinsi Lampung. UMKM menjadi salah satu sektor industri yang banyak digeluti oleh masyarakat Indonesia saat ini, dimana eksistensi UMKM tidak bisa dihilangkan atau bahkan dihapuskan dari kehidupan masyarakat (Pratikno, 2021). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diartikan sebagai suatu kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi pada masyarakat, serta memiliki peran dalam proses pemerataan, pendorong pertumbuhan ekonomi dan juga dalam mewujudkan stabilitas nasional. UMKM memiliki peran yang diharapkan agar mampu terus meningkat dengan diiringi keunggulan yang dimilikinya. Hal itu dikarenakan UMKM bisa memberikan kontribusi pada diversifikasi ekonomi dan juga perubahan struktur sebagai prakondisi pada pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang yang stabil dan juga berkesinambungan, terutama dalam penciptaan lapangan pekerjaan yang luas (Hastuti, 2020).

Tabel 1. Perkembangan Data UMKM di Indonesia Tahun 2018-2019.

Indikator	Tahun 2018		Tahun 2019		Perkembangan	
	Jumlah	Pangsa %	Jumlah	Pangsa %	Jumlah	%
Usaha Mikro	63.350.222	98,68	64.601.352	98,67	1.251.130	1,97
Usaha Kecil	783.132	1,22	798.679	1,22	15.547	1,99
Usaha Menengah	60.702	0,09	65.465	0,10	4.763	7,85

(Sumber : <https://kemenkopukm.go.id/>, tahun 2018-2019)

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa pada dasarnya UMKM merupakan suatu usaha produktif untuk bisa dikembangkan dalam upaya mendukung perekonomian, baik perekonomian secara mikro maupun makro yang ada di Indonesia. Dalam menghadapi dunia persaingan, tentunya setiap UMKM berusaha untuk memproduksi produknya sebaik mungkin. Sehingga peran pelaku UMKM sangat dibutuhkan ditengah pandemi Covid-19 untuk menjaga pertumbuhan. Dimana pelaku UMKM memiliki kekuatan untuk menjangkau pasar lebih luas. (Permadi et al., 2020). Dimasa pandemi Covid-19 pelaku UMKM harus bisa menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada, dikarenakan hadirnya pandemi Covid-19 membuat banyak perubahan terutama pada perilaku konsumen. Sehingga perubahan perilaku konsumen tersebut harus sangat dipahami oleh pelaku UMKM (Permadi et al., 2020). Sehingga pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat bersaing di era pasar bebas. Sehingga tuntutan itu yang menjadi masalah karena tidak sedikit pelaku usaha yang belum memiliki legalitas usaha dalam bentuk sertifikasi (Novriansyah, 2022).

Oleh karena itu, dengan adanya itu semua akan menimbulkan persepsi pada benak pelaku UMKM. Sehingga nantinya persepsi yang dihasilkan akan menunjukkan bagaimana anggapan individu terhadap objek serta akan berujung pada seberapa penting atau tidak penting, berguna atau tidak berguna maupun baik atau buruknya objek tersebut. Sertifikasi produk menjadi jaminan kehalalan dan kualitas dari suatu produk. Sehingga sertifikasi produk tidak hanya memberikan keuntungan bagi konsumen saja, melainkan juga memberikan keuntungan bagi para pelaku UMKM selaku produsen. Karena dengan adanya sertifikasi produk maka produk akan memiliki nilai jual yang lebih tinggi karena kualitas produk sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM, serta memiliki keunggulan dalam bersaing. Dengan berbagai keuntungan yang ada jika memiliki sertifikasi produk, maka akan sangat disayangkan jika pelaku UMKM tidak mensertifikasi produk mereka (Julianto, 2019).

Berdasarkan data Dinas Perkebunan Lampung Barat, kopi merupakan salah satu hasil perkebunan terbesar di Lampung Barat. Tercatat luas areal komoditas perkebunan kopinya yakni seluas 53.611,5 Ha dengan jumlah produksinya mencapai 57.664 per tahunnya. Besarnya jumlah produksi kopi Lampung Barat dikarenakan oleh iklim yang mendukung pertumbuhan tanaman kopi Robusta. Maka tak heran jika masyarakatnya bermata pencahariannya sebagai petani kopi dan salah satu sektor usaha yang cukup berkembang dan membantu perekonomian daerah di Kabupaten Lampung Barat UMKM kopi bubuk dengan berbagai jenis, merek dan kemasan yang ada. Data dari Dinas Perkebunan Lampung Barat menyebutkan, bahwa kebun kopi seluas 1 hektar baru menghasilkan 1 ton biji kopi per tahunnya. Tentu saja jumlah tersebut hanyalah setengah dari luasnya kebun kopi yang dimiliki. Sehingga kopi robusta asal Lampung Barat tentunya masih memiliki peluang yang sangat besar untuk berkembang, dikarenakan hingga saat ini produksinya masih belum optimal.

Kabupaten Lampung Barat memiliki 1.747 UMKM yang tersebar di berbagai kecamatan dengan berbagai jenis produksi. Jika dilihat dari data yang ada, maka jumlah UMKM kopi bubuk yang ada di Lampung Barat berjumlah ±83 unit (Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia, 2021). Akan tetapi pada tahun 2019, Kabupaten Lampung Barat hanya ada dua UMKM yang tercatat telah memiliki sertifikasi dan standarisasi produknya (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Lampung, 2019). Mengingat banyak sekali manfaat dari sertifikasi produk, tidak hanya bagi konsumen melainkan juga bagi pelaku UMKM serta dari tingkat minat pelaku UMKM akan sertifikasi produk, maka perlu adanya analisa mengenai alasan maupun persepsi para pelaku UMKM terhadap sertifikasi produk di Kabupaten Lampung Barat.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan menggunakan pendekatan kuantitatif kemudian ditunjang dengan data penelitian kualitatif atau yang disebut dengan metode penelitian campuran (*mixed methods*), dengan tujuan akan memberikan pemahaman terhadap masalah penelitian lebih baik daripada hanya menggunakan pendekatan tunggal. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan analisis kuantitatif deskriptif dan diikuti dengan analisis kualitatif deskriptif yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Adapun dalam penelitian ini yakni memiliki 3 orang informan dan 10 orang responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Dimana yang memberikan penilaian dipilih berdasarkan UMKM yang baru memiliki surat Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) serta berdasarkan lamanya usaha yang dijalankan, yakni paling lama, menengah dan baru. Serta berdasarkan rekomendasi dari Dinas Koperindag Kabupaten Lampung Barat dan atas dasar perhitungan dengan kesalahan tidak lebih dari 10% serta adanya analisis penunjang yakni diperkuat dengan analisis deskriptif kualitatif. Analisis data dilakukan dengan analisis kuantitatif deskriptif dan diikuti dengan analisis kualitatif deskriptif yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Kuantitatif Deskriptif

Berdasarkan angka jawaban responden yang dimulai dari angka 1 hingga 5, sehingga kategorisasi jawaban menggunakan ketentuan :

1. Rentang (r) = 5,00-1,00 (skor rata-rata tertinggi – skor rata-rata terendah) = 4.
2. Berdasarkan pedoman *Three Box Method* maka menggunakan 3 kriteria atau $k = 3$.

Sehingga didapatkan panjang kelas (interval kelas) = $r/k = 4/3 = 1,33$.

Adapun dalam menentukan kategori dari hasil perhitungan rata-rata jawaban responden yakni menggunakan pedoman kategorisasi sebagai berikut :

Tabel 2. Pedoman Kategorisasi

Rata-Rata Skor	Kriteria
1,00 – 2,34	Rendah / Buruk
2,35 – 3,67	Cukup / Sedang
3,68 - 5	Tinggi / Baik

(Sumber : Jurnal Administro, 2021)

Mengacu pada pedoman kategorisasi diatas, maka distribusi hasil perhitungan dari keseluruhan persepsi responden terhadap sertifikasi produk menghasilkan nilai rata-rata (mean) yakni sebagai berikut :

Tabel 3. Deskripsi Penilaian Responden

Pernyataan	Bobot Tanggapan					Rata-rata	Kategori
	1	2	3	4	5		
1	0	0	0	9	1	4,10	Tinggi / Baik
2	0	0	4	5	1	3,70	Tinggi / Baik
3	0	0	6	4	0	3,40	Cukup / Sedang
4	0	0	5	4	1	3,60	Cukup / Sedang
5	0	0	0	4	6	4,60	Tinggi / Baik
6	0	0	0	5	5	4,50	Tinggi / Baik
7	0	0	2	5	3	4,10	Tinggi / Baik
8	0	0	2	6	2	4,00	Tinggi / Baik
9	0	0	4	3	3	3,90	Tinggi / Baik
10	0	0	0	4	6	4,60	Tinggi / Baik
11	0	0	0	2	8	4,80	Tinggi / Baik
12	0	0	0	6	4	4,40	Tinggi / Baik
13	0	0	2	5	3	4,10	Tinggi / Baik
14	0	0	2	4	4	4,20	Tinggi / Baik
15	0	0	2	6	2	4,00	Tinggi / Baik
16	0	0	0	4	6	4,60	Tinggi / Baik
17	0	0	2	4	4	4,20	Tinggi / Baik
Rata-Rata						4,16	Tinggi / Baik

Jika ditinjau dari segi persepsi, dimana persepsi setiap orang berbeda-beda dikarenakan adanya pengaruh dari berbagai faktor. Sehingga mengakibatkan persepsi pada setiap orang akan terbentuk atas dasar selektivitas dikarenakan setiap orang memiliki kontrol terhadap berbagai stimuli yang masuk, meskipun stimulusnya sama akan tetapi pengalamannya akan berbeda,

kemampuan berpikir yang berbeda, kerangka acuan pun berbeda, maka persepsi antara individu yang satu dengan yang lainnya pun akan berbeda (Santoso.A, 2016). Pada penelitian ini, adapun jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini yakni berjumlah 10 orang. Dimana persepsi pelaku UMKM kopi bubuk selaku responden terhadap sertifikasi produk yakni memiliki rata-rata 4,16 yang berarti tinggi/baik. Tinggi/baik dalam artian bahwa para pelaku UMKM kopi bubuk menganggap bahwa sertifikasi produk memiliki pengaruh yang besar terhadap keberlangsungan usaha.

Berdasarkan tabel 3 mengenai hasil perhitungan penilaian responden, hasil rata-rata (mean) keseluruhan pernyataan menunjukkan pada angka 4,16 dengan status kategori yakni tinggi/baik, dikarenakan berada diatas 3,68. Tingginya rata-rata (mean) menunjukkan bahwa tingginya persepsi pelaku UMKM kopi bubuk terhadap sertifikasi baik dari pemahaman, kesadaran, pengetahuan maupun minat. Selain itu, dari segi minat responden akan sertifikasi produk menunjukkan bahwa seluruh responden berminat dalam mensertifikasi produk mereka. Dimana 4 dari 10 responden berada pada rentang setuju sedangkan 6 dari 10 responden menyatakan sangat setuju terhadap minat sertifikasi produk.

Dengan anggapan seperti yang ada pada P11 dengan rata-rata tertinggi yaitu 4,80 yakni sertifikasi produk menjadi upaya dalam peningkatan kualitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, serta P10 adanya kesadaran bahwa pelanggan menjadi aset penting bagi keberlangsungan usaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa para pelaku UMKM kopi bubuk akan terus berupaya melakukan apapun yang menjadi kebutuhan bagi para pelanggannya. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian dengan instrumen kuesioner diperoleh bahwa 9 dari 10 responden menyadari akan pentingnya sertifikasi produk dalam menjalankan usaha. Serta 6 dari 10 responden responden pun telah memahami mengenai sertifikasi produk.

Artinya pelaku UMKM kopi bubuk memiliki pandangan yang positif terhadap sertifikasi produk. Dengan adanya keberadaan sertifikasi bagi produk akan mampu meningkatkan kualitas produk serta memenuhi kebutuhan pelanggan. Tak hanya itu saja, tetapi para pelaku UMKM kopi bubuk pun menyadari akan pentingnya sertifikasi produk dalam menjalankan usaha mereka. Hal tersebut tak terlepas dari adanya minat mereka dalam mensertifikasi produk. Jika ditinjau dari segi minat pelaku UMKM kopi bubuk terhadap sertifikasi produk di Kabupaten Lampung Barat, 10 responden menyatakan berminat dalam mensertifikasi produk mereka dengan berbagai alasan positif. Dimana 4 responden menyatakan setuju dan 6 responden menyatakan sangat setuju. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM kopi bubuk memiliki daya minat tinggi akan sertifikasi produk. Dimana para pelaku UMKM kopi bubuk memiliki persepsi yang positif terhadap sertifikasi produk.

2. Analisis Kualitatif Deskriptif

Ketika awal didirikannya UMKM kopi bubuk, setiap informan memiliki cara yang berbeda dalam mengenalkan produknya kepada pelanggan. Mulai dari Bapak Sapri yang dengan jujur menyampaikan apa yang beliau punya dan berusaha dalam mempromosikannya, dengan cara dari mulut ke mulut dan mengikuti *event-event*. Sedangkan Bapak Parmat mengenalkan produknya dari mulut ke mulut saja. Berbeda dengan Bapak Sahrul Hasan yang mengenalkan produknya ke masyarakat melalui sosial media dan langsung terjun ke lapangan, baik itu semua sosial media maupun TV nasional.

Dari segi produk yang dijual, yang membuat mereka yakin akan UMKM kopi bubuk ini mampu bersaing dengan jenis usaha yang lainnya bagi Bapak Sapri yakni kemampuan untuk melakukan perubahan dan mengikuti perkembangan pasar. Karena menurut beliau, tidak perlu takut persaingan karena itu menjadi tantangan untuk berbenah menuju perbaikan. Namun bagi Bapak Parmat yang terpenting adalah menjaga kualitas. Lain halnya dengan Bapak Sahrul Hasan, karena menurut beliau kualitas kopi terbaik yakni yang berasal dari petani, tetapi bukan kopi sembarangan minimal kopi simpanan selama satu tahun. Dimana kopi simpanan satu tahun disebut sebagai kopi pilihan dikarenakan semakin panjang masa penyimpanan biji kopi, maka semakin rendah kadar kafein yang terkandung pada kopi dan kadar asam kopi juga ikut menurun. Agar

tetap mampu bertahan dalam persaingan di zaman sekarang ini, mengingat sudah banyaknya pesaing yang sejenis, maka upaya yang dilakukan oleh Bapak Sapri yakni terus melihat perkembangan zaman dan mengikutinya. Apa yang diharapkan UMKM, semua kualitas dan standarisasi yang dimiliki harus disampaikan. Menurut Bapak Parmat, yang terpenting adalah jujur, sabar dan juga mampu menjaga kualitas. Namun bagi Bapak Sahrul Hasan, agar mampu bertahan dalam persaingan zaman saat ini yakni dengan menjaga kualitas produk mulai dari kemasan maupun kualitas kopi agar tetap konsisten dalam hal rasa maupun warna kopi.

Adapun inovasi yang sudah dilakukan oleh Bapak Sapri yakni kemasan yang sudah lebih baik, mencantumkan logo SNI pada kemasan, serta memperoleh penghargaan Pramakarya dari Kementerian Ketenagakerjaan dan segala hal yang berhubungan dengan usaha dan berdampak positif bagi keberlangsungan usaha maka akan beliau ikuti dan dan mengejar segala perkembangan yang berkaitan dengan keberlangsungan usahanya. Dimana penghargaan Pramakarya merupakan penghargaan akan produktivitas usaha, penghargaan ini diberikan oleh Presiden Republik Indonesia melalui Kementerian Ketenagakerjaan setiap dua tahun sekali. Sedangkan inovasi yang sudah dilakukan oleh Bapak Parmat yakni mengganti mesin giling dan juga memperbaharui kemasan. Begitu juga dengan Bapak Sahrul Hasan yang melakukan inovasi terhadap *packaging* dan varian rasa. Dimana varian rasa ada yang dibuat hitam dan didominasi rasa pahit, serta yang coklat dengan rasa gurih persis seperti susu coklat untuk yang pelanggan yang tidak menyukai kopi atau bukan konsumsi aktif.

Mengenai pemahaman pelaku UMKM terhadap sertifikasi produk, mulai dari Bapak Sapri yang sudah memahami sertifikasi produk, baik itu sertifikasi SPP-IRT (Sertifikat Produksi Pangan-Izin Rumah Tangga), higienis, halal, SNI dan semua yang berkaitan dengan usaha. Sedangkan Bapak Parmat belum memahami mengenai sertifikasi dikarenakan anaknya yang selalu menghadiri pelatihan-pelatihan mengenai sertifikasi, namun baginya penting demi kepentingan usaha ini saya mengikuti anjuran pemerintah. Dan begitu juga dengan Bapak Sahrul Hasan, beliau juga sudah memahami mengenai sertifikasi produk. Menurut Bapak Sapri bahwa sertifikasi produk itu 100% sangat penting dalam menambah keyakinan dan kepercayaan para peminat. Begitu juga dengan Bapak Parmat, baginya sertifikasi produk itu perlu sekali, dikarenakan sampai keturunan anak nanti, bukan sekedar beliau saja. Sehingga penting bagi keberlangsungan usaha di masa depan. Sedangkan bagi Bapak Sahrul Hasan, sertifikasi produk itu sangat penting untuk perluasan pasar, karena menurutnya apabila tidak memiliki sertifikasi produk, maka barang yang dipasarkan akan ditarik oleh BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).

Pemahaman ketiga informan tersebut berasal dari sumber yang berbeda-beda. Mulai dari Bapak Sapri yang memperoleh pemahaman tersebut dari melihat *event-event*, perusahaan-perusahaan maju, dinas, kementerian dan bimbingan teknis (bimtek). Begitu pula Bapak Parmat yang sudah dari dulu mengetahui dari pemahamannya sendiri. Sedangkan Bapak Sahrul Hasan memiliki pemahaman yang berasal dari edukasi kopi yang dipelajarinya hingga ke Jawa Timur tentang produksi kopi. Selain itu, ketiga pemilik UMKM kopi bubuk tersebut, seluruhnya sudah memiliki sertifikasi produk. Alasan Bapak Sapri berminat untuk mensertifikasi produknya dikarenakan untuk kelegalan usaha dan dalam penyampaian promosi lebih percaya diri, sehingga apa yang dipertanyakan publik atau pasar bisa disampaikan. Sedangkan alasan Bapak Parmat berminat untuk mensertifikasi produknya dikarenakan agar mampu dikenal dan mampu bersaing. Begitu juga dengan Bapak Sahrul Hasan yang berminat mensertifikasi produknya agar menjadi jaminan dimasa yang akan datang. Bagi Bapak Sapri tidak ada kendala yang menghalangi dalam mensertifikasi produk. Namun bagi Bapak Parmat, kendala dalam melakukan sertifikasi produk yakni harus sabar dikarenakan lamanya proses dan pemilik UMKM yang sering mendapatkan panggilan oleh pihak Dinas Kesehatan mengenai pendaftaran dan proses sertifikasi produk. Begitu juga bagi Bapak Sahrul Hasan, dimana kendala dalam melakukan sertifikasi produk terletak pada pelayanan pihak Dinas Kesehatan yang kurang maksimal, yakni lamanya proses dalam mengurus sertifikasi produk.

Selain itu, perihal masalah biaya sertifikasi produk, para informan tidak merasa terbebani dikarenakan semua biaya gratis dari pemerintah. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Sapri

bahwa yang ikut tangan pemerintah memiliki biaya yang kecil hanya sekedar membantu, sedangkan untuk jalur mandiri sangat besar dikarenakan semua biaya ditanggung sendiri. Bagi mereka biaya tidaklah menjadi kendala dalam melakukan sertifikasi produk, dikarenakan suatu kewajiban dan juga diringankan dengan adanya bantuan dari pihak pemerintah secara gratis. Adapun jenis sertifikasi produk yang digunakan oleh Bapak Sapri yakni SPP-IRT (Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga), SNI (Standar Nasional Indonesia), halal, hampir semua kecuali BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Sedangkan Bapak Parmat yakni SPP-IRT (Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga) dan Halal. Dan bapak Sahrul Hasan yakni SPP-IRT (Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga), Halal dan NIP yaitu surat izin berusaha dari Kementerian. Adapun lembaga yang mereka pilih untuk mendaftarkan sertifikasi produk yakni mulai dari PTSP (Pelayanan Terpadu Satu Pintu), SNI (Standar Nasional Indonesia), BSN (Badan Standarisasi Nasional). MUI (Majelis Ulama Indonesia). Departemen Agama dan Kementerian Koperasi.

Pada kemasan produk yang dipasarkan, para pemilik UMKM telah mencantumkan logo sertifikasinya. Seperti Bapak Sapri yang telah mencantumkan logo sertifikasi halal, SNI (Standar Nasional Indonesia), SPP-IRT (Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga), dan logo organisasi IG (Indikasi Geografis) pada kemasan produknya. Sedangkan Bapak Parmat telah mencantumkan logo halal pada kemasan produknya. Begitu pula dengan Bapak Sahrul Hasan yang telah mencantumkan semua standar maupun sertifikasi yang wajib dicantumkan. Dan bahkan ketiga pemilik UMKM juga sudah pernah mengikuti pelatihan mengenai sertifikasi produk. Adapun upaya yang dilakukan dalam meyakinkan pelanggan akan produk yang mereka pasarkan yakni mulai dari Bapak Sapri yang memenuhi persyaratan legal yang mendukung usahanya seperti sertifikasi. Dan dalam penyampaian secara lisan maupun tulisan, online dan setiap yang datang bisa melihat ruang produksi yang yang beliau miliki. Sedangkan yang dilakukan oleh Bapak Parmat yakni selalu ramah dan menjaga kualitas produknya. Begitu pula dengan Bapak Sahrul Hasan yang menjaga kualitas agar tidak berubah dan harga sebisa mungkin diupayakan untuk tetap stabil. Produk-produk yang mereka jual pun sudah dipasarkan hingga ke luar kota dan bahkan luar negeri. Namun dalam menghadapi keluhan para pelanggan mereka memiliki tindakan perbaikan. Mulai dari Bapak Sapri yang terus melakukan perubahan serta mengikuti perkembangan zaman. Sedangkan Bapak Parmat yakni meminta maaf kepada pelanggan apabila terjadi kesalahan dan tidak mengulangnya lagi. Dan seandainya pembeli dekat maka produk akan ditukar. Begitu pula dengan Bapak Sahrul Hasan jika barang sudah beredar akan ditarik ulang dan perbaiki, namun jika belum beredar maka akan diolah agar produk sama dengan sebelumnya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti membahas terkait hasil temuan di lapangan. Namun pada tahap ini peneliti melakukan pembahasan mengenai fokus penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

1. Persepsi Pelaku UMKM Kopi Bubuk Terhadap Sertifikasi Produk

Persepsi merupakan suatu proses perolehan, penafsiran, pemilihan maupun pengaturan informasi indrawi dengan menggunakan alat panca indera, serta menjadi suatu proses yang mampu membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan atau bahkan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima oleh individu yang kemudian menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya (Sari, 2019). Pada penelitian ini para informan memberikan jawaban yang berbeda-beda akan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Mulai dari pertanyaan mengenai persepsi pelaku UMKM kopi bubuk terhadap sertifikasi produk. Dari segi pemahaman akan sertifikasi produk, para informan memberikan jawaban yang berbeda-beda. Mulai dari Bapak Sapri (Ratu Luwak) yang menjawab bahwa beliau sudah memahami mengenai sertifikasi produk dan bahkan menurutnya sertifikasi produk itu 100% penting bagi keberlangsungan usaha. Adapun pemahamannya itu berasal dari pengamatannya melalui *event-event* yang diikutinya, perusahaan yang sudah maju, bimtek (bimbingan teknis) tentang UMKM dan masih banyak lagi. Selain itu juga menurut beliau sertifikasi produk merupakan suatu kewajiban dalam menjalankan usahanya. Menurut Bapak Parmat pemilik Anisa Grind (Satoe) beliau belum memahami mengenai sertifikasi produk akan tetapi menurutnya penting sekali. Beliau menganggap sangat penting atas dasar

pengetahuannya yang diperolehnya secara sendiri. Sehingga menurutnya dengan keberadaan sertifikasi produk ini akan mampu menjamin keberlangsungan usahanya di masa yang akan datang atau kelak hingga ke anaknya. Sedangkan bagi Bapak Sahrul Hasan (Putra Liwa) mengenai sertifikasi produk ini, beliau sudah memahaminya dari hasil edukasi kopi yang pernah diikutinya di Jawa Timur. Menurutnya keberadaan sertifikasi produk ini sangat penting bagi perluasan pasar yang dijalkannya. Tentunya hal tersebut berdampak positif akan keberlangsungan usaha yang dijalkannya.

Dari persepsi ketiga informan tersebut, menjelaskan bahwa persepsi pelaku UMKM kopi bubuk terhadap sertifikasi produk sudah terbilang tinggi atau memiliki persepsi yang positif dengan adanya data penunjang dari hasil penelitian kuantitatif deskriptif sebelumnya. Bahwa hasil rata-rata (mean) menunjukkan pada angka 4,16 dengan kategori yakni tinggi/baik. Selain itu juga rata-rata dari mereka sudah mengerti dan memahami mengenai sertifikasi produk dan mereka menganggap bahwa dengan adanya sertifikasi produk sangatlah penting bagi keberlangsungan usaha kini hingga dimasa yang akan datang serta menjadi suatu kewajiban bagi para pelaku UMKM kopi bubuk, seperti yang terlihat dari hasil wawancara yang telah diperoleh sebelumnya. Artinya bahwa pelaku UMKM menganggap sertifikasi tersebut sangatlah penting atau berperan positif bagi keberlangsungan usaha mereka. Mereka beranggapan bahwa dengan adanya sertifikasi produk akan memberikan dampak positif mulai dari kelegalan usaha, mempermudah promosi, mampu bersaing, menjadi izin edar produk, jaminan usaha dimasa yang akan datang dan lain sebagainya.

2. Minat Pelaku UMKM kopi Bubuk Terhadap Sertifikasi Produk

Minat merupakan suatu perhatian yang kuat serta mendalam akan perasaan senang seseorang terhadap suatu kegiatan, yang nantinya mengarahkannya untuk melakukan kegiatan tersebut atas kemauan sendiri dan berawal dari keinginan untuk berbuat sesuatu sesuai dengan apa yang dikehendaki (Sari, 2019). Dari hasil analisis data, diperoleh bahwa semua informan berminat dalam mensertifikasi produk mereka dengan berbagai alasan yang positif. Mulai dari Bapak Sapri (Ratu Luwak) yang berminat dalam mensertifikasi produknya dikarenakan bagi beliau sertifikasi produk 100% sangat penting dalam menjamin kelegalan usahanya serta dalam penyampaian mempromosikan produk kepada pelanggannya akan menjadi lebih percaya diri, lebih yakin dengan usaha yang dijalankan, serta mampu menyampaikan apa yang dipertanyakan publik atau pasar. Dan karena anggapan tersebutlah beliau tertarik untuk mensertifikasi produknya.

Sedangkan bagi Bapak Parmat pemilik Anisa Grind (Satoe), beliau berminat mensertifikasi produknya dikarenakan agar dikenal dan mampu bersaing. Disisi lain juga demi kepentingan usahanya dan mengikuti anjuran pemerintah. Selain itu beliau juga menganggap bahwa dengan keberadaan sertifikasi produk sangat diperlukan karena menjadi jaminan hingga keturunan anak bukan sekedar beliau saja. Dan anggapan lainnya bahwa menurutnya dengan adanya sertifikasi produk ini menjadi hal penting sebagai izin usaha yang dilindungi oleh pemerintah. Tidak hanya itu saja, bagi Bapak Sahrul Hasan (Putra Liwa) pun sertifikasi produk ini sangat penting. Oleh karena itu beliau berminat dalam melakukan sertifikasi produk, karena baginya dengan adanya sertifikasi produk akan menjadi jaminan usaha dimasa yang akan datang dan juga menjadi izin edar produk apabila produk yang dipasarkan keluar daerah sehingga nantinya produk tidak ditarik oleh pihak BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).

Seluruh informan selaku pemilik UMKM kopi bubuk di Kabupaten Lampung Barat menyadari akan pentingnya sertifikasi produk ini bagi keberlangsungan usaha yang mereka jalankan. Sehingga alasan itu yang membuat para pelaku UMKM kopi bubuk berminat dalam mensertifikasi produk yang mereka pasarkan. Hal tersebut juga ditunjang dengan adanya data dari hasil penelitian secara kuantitatif deskriptif, dimana 10 responden menyatakan berminat dalam mensertifikasi produk mereka dengan berbagai alasan positif. Dimana 4 dari 10 responden menyatakan setuju dan 6 dari 10 responden menyatakan sangat setuju. Sehingga para pelaku UMKM kopi bubuk memiliki daya minat yang tinggi akan sertifikasi produk.

Jika ditinjau dari segi pemasaran, hubungan dengan pelanggan menjadi salah satu fokus yang perlu dijaga oleh perusahaan. Dalam hal ini hubungan pemasaran menjadi suatu pendekatan dengan tujuan untuk mempertahankan pelanggan, serta memberikan laba bagi perusahaan sehingga membangun relasi jangka panjang. Dimana kepuasan pelanggan menjadi hal terpenting bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan. Kepuasan pelanggan diperoleh dengan adanya kualitas pelayanan yang akan menjadi suatu perbandingan antara persepsi pelayanan, proses dan hasil penyampaian pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini mencakup jaminan, perlengkapan fasilitas, bahan komunikasi, daya tanggap dan lain sebagainya. Dengan adanya persepsi terhadap minat sertifikasi menjadikan hal tersebut sebagai suatu upaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan berpengaruh dalam minat pihak perusahaan untuk mensertifikasi ulang (Sutrisno, 2021). Sehingga pada penelitian ini, persepsi dan minat pelaku UMKM kopi bubuk terhadap sertifikasi produk menjadi salah satu kepuasan bagi pelanggan. Dimana pelanggan menerima jaminan kualitas, perlengkapan fasilitas, maupun inovasi yang juga menunjang dalam segi persaingan pasar pelaku UMKM.

Sedangkan dari segi biaya, biaya tidaklah menjadi suatu kendala bagi para pelaku UMKM dalam mensertifikasi produk mereka, dikarenakan adanya bantuan dari pihak pemerintah yakni gratis dalam mengurus atau mendaftarkan sertifikasi produk. Tentunya hal ini juga berkaitan dengan adanya persepsi yang positif, sehingga menjadikan alasan-alasan tersebut sebagai suatu daya tarik mengapa para pelaku UMKM kopi bubuk berminat dalam mensertifikasi produk mereka. Selain itu jika ditinjau menggunakan indikator persepsi menurut Robbin dalam Akbar (20015:196) yaitu penerimaan dan evaluasi. Penerimaan terjadi ketika para pelaku UMKM menangkap rangsangan dari luar. Setelah itu dievaluasi oleh pelaku UMKM dengan subjektif dan menghasilkan kesan, tanggapan atau pandangan maupun pemahaman pelaku UMKM akan objek, maka dari indikator evaluasi menghasilkan persepsi pelaku UMKM yakni sebagai berikut :

1. Pelaku UMKM menyadari bahwa sertifikasi produk itu penting
2. Pelaku UMKM telah memahami tentang sertifikasi produk
3. Pelaku UMKM menganggap bahwa sertifikasi produk menjadi jaminan kualitas produk bagi pelanggan
4. Pelaku UMKM berminat dalam mensertifikasi produk
5. Pelaku UMKM menyadari bahwa logo sertifikasi produk akan lebih menarik minat pelanggan
6. Pelaku UMKM selalu meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan
7. Pelaku UMKM menyesuaikan harga dengan kualitas

Kesimpulan

1. Persepsi pelaku UMKM kopi bubuk terhadap sertifikasi produk di Kabupaten Lampung Barat yaitu mereka sudah mengetahui dan menerapkan sertifikasi produk pada usaha yang mereka jalankan. Hanya ada 1 dari 3 informan yang belum memahami mengenai sertifikasi produk, akan tetapi beliau tetap menganggap bahwa sertifikasi produk ini sangatlah penting bagi keberlangsungan usaha. Mereka beranggapan bahwa sertifikasi produk yakni sangat penting untuk menambah keyakinan dan kepercayaan para pelanggan, pentingnya bagi keberlangsungan usaha di masa depan serta bagi perluasan pasar.
2. Minat pelaku UMKM kopi bubuk terhadap sertifikasi produk di Kabupaten Lampung Barat sangat tinggi. Dimana semua informan selaku pelaku UMKM kopi bubuk berminat dalam mensertifikasi produk mereka. Dengan berbagai jawaban yang positif, bagi mereka sertifikasi produk ini menjadi kelegalan usaha, mempermudah dalam penyampaian promosi, makin dikenal banyak orang, mampu bersaing, menjadi jaminan usaha di masa yang akan datang serta menjadi izin edar produk yang dipasarkan. Selain itu juga yang menjadi daya tarik dalam sertifikasi produk juga dikarenakan adanya bantuan dari pihak pemerintah dalam hal biaya sertifikasi produk. Dimana pemerintah memberikan gratis kepada para pelaku UMKM dalam mensertifikasi produk mereka. Sehingga biaya tidak menjadi suatu kendala dalam mensertifikasi produk.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan penelitian, maka peneliti dapat menyampaikan beberapa saran yang berkaitan dengan “Persepsi Pelaku UMKM Kopi Bubuk Terhadap Sertifikasi Produk di Kabupaten Lampung Barat” yakni sebagai berikut:

1. Bagi Pihak UMKM

Peneliti menyarankan agar para pelaku UMKM agar para pelaku UMKM untuk bisa lebih memahami mengenai sertifikasi produk dan mampu untuk terus meningkatkan sertifikasi produk baik secara mandiri maupun mengikuti anjuran pemerintah secara gratis, agar produk yang dipasarkan memiliki izin usaha dan mampu dipasarkan secara luas baik di dalam dan luar kota maupun di dalam dan luar negeri. Selain itu juga peneliti menyarankan agar pelaku UMKM mampu mencantumkan hal-hal yang berkaitan dengan sertifikasi produk pada kemasan produk yang dipasarkan agar lebih meyakinkan para pelanggan akan kualitas produk yang dipasarkan dan menambah nilai ekonomis bagi pelaku UMKM.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti mengenai persepsi pelaku UMKM kopi bubuk terhadap sertifikasi produk yaitu peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengkaji lebih dalam lagi mengenai persepsi baik dari sisi pelaku UMKM maupun dari sisi konsumen agar hasil penelitiannya dapat lebih baik lagi. Serta dalam keakuratan data, peneliti selanjutnya disarankan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari lembaga-lembaga yang berkaitan dengan sertifikasi produk misalnya Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan Pasar dan Pertambangan (Koperindag), Dinas Kesehatan dan lain sebagainya. Tidak hanya itu saja, peneliti selanjutnya diharapkan agar bisa lebih mempersiapkan diri dalam pengambilan, pengumpulan dan pengolahan data agar penelitian yang dilaksanakan akan lebih baik.

Daftar Pustaka

- Akbar, R. F. (2015). Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 10(1), 189-209.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung. (2019). 42 UMKM Lampung Peroleh Standarisasi Produk. Diakses dari <https://koperasiukm.lampungprov.go.id/>.
- Hastuti, Puji dkk. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Julianto, D. Y. (2019). *PERSEPSI PENGUSAHA MUSLIM TERHADAP SERTIFIKASI HALAL (Studi Pengusaha Muslim UMKM Olahan Kentang di Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019. Diakses dari <https://kemenkopukm.go.id/>
- Novriansyah, Y. (2022). Meningkatkan Kesadaran Legalitas Usaha Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 06 Tahun 2021 Tentang Perizinan Berusaha di Daerah Bagi Pelaku UMUM di Kabupaten Bungo. *Jurnal Pengabdian kita*, 4(2).
- Pratikno, D. D. (2021). Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perubahan Struktur Perekonomian Provinsi Lampung. *Salam Islamic Economics Journal*, 2(1), 42-60.
- Santoso, A. (2016). Persepsi mahasiswa terhadap program talkshow Mata Najwa di Metro TV. *Skripsi, Surakarta: Universitas Muhammadiyah*.
- Sari, F. K., Safitri, N., & Anggraini, W. (2019). Persepsi, Sikap dan Minat Pariwisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(2), 137-156.
- Sitorus, T., Mandagi, M., & Mantiri, J. (2021). Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja PNS di Kantor Bupati Minahasa. *Jurnal Administro: Jurnal Kajian Kebijakan dan ilmu Administrasi Negara*, 3(1), 53-63.
- Sutrisno, R., & Nurmahdi, A. (2021). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Hubungan Pemasaran serta Implikasinya terhadap Minat Melakukan Sertifikasi Ulang (Studi Kasus di

- Salah Satu Perusahaan Jasa Sertifikasi ISO di Indonesia). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(9), 1576-1591.
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384-388.