

Bimbingan Teknis Legalitas Usaha dan Strategi Pemasaran Digital pada UMKM di Desa Sengon

Technical Guidance on Business Legality and Digital Marketing Strategies for MSMEs in Sengon Village

Khamim Hariyadi¹⁾, Deni Riani²⁾, Prisna Aura Rahma Putri³⁾, Windy Amelia Wahyuni⁴⁾, Alviona Nurul Huda⁵⁾, Meisy Eka Andriana⁶⁾, Septi Tiaradinar⁷⁾

¹⁻⁷STKIP PGRI Trenggalek, Indonesia

Alamat : Jl. Supriadi, Nggempleng, Ngares, Kec. Trenggalek, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur 66319

E-mail Korespondensi : khamimhariyadi@gmail.com

Article History:

Received: November 12, 2024;

Revised: November 26, 2024;

Accepted: Desember 10, 2024;

Published : Desember 14, 2024;

Keywords: Business, legality, Entrepreneurship

Abstract: Business legality is something that MSMEs must have. Business legality is a business identity and a form of protection provided by the government for perpetrators MSMEs. Another benefit of legal business ownership is to expand access to MSME financing provided by the government and access to financing from banks. Problems that occur is that many MSME players do not understand how important it is to have business legality the. Apart from that, there is an opinion that managing complicated business legalities is one of them the reason why MSMEs are reluctant to take care of their legality. This service activity has the aim of: educate regarding the urgency of business legality for MSMEs. This activity was carried out in Sengon Village, Bendungan subdistrict. The results of this activity can be seen from the enthusiasm of the participants in participating technical guidance activities on the legality of MSMEs and increasing their knowledge.

Abstrak

Legalitas usaha merupakan sesuatu yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM. Legalitas usaha merupakan identitas usaha dan salah bentuk perlindungan yang diberikan oleh pemerintah untuk pelaku UMKM. Manfaat lain dari kepemilikan legalitas usaha adalah untuk perluasan akses pembiayaan UMKM yang diberikan oleh pemerintah maupun akses pembiayaan dari perbankan. Permasalahan yang terjadi adalah banyaknya pelaku UMKM yang belum memahami terkait seberapa penting memiliki legalitas usaha tersebut. Selain itu adanya anggapan bahwa pengurusan legalitas usaha yang rumit menjadi salah satu penyebab pelaku UMKM enggan mengurus legalitasnya. Kegiatan pengabdian ini memiliki tujuan untuk mengedukasi terkait dengan urgensi legalitas usaha bagi UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Sengon kecamatan Bendungan. Hasil kegiatan ini dapat dilihat dari antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan bimbingan teknis legalitas UMKM ini dan meningkatnya pengetahuan mereka.

Kata Kunci: Legalitas, Usaha, Kewirausahaan

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memungkinkan pelaku usaha untuk terhubung secara instan dengan pasar global, mempermudah pertukaran informasi dan transaksi bisnis. Globalisasi usaha mengacu pada fenomena di mana bisnis dan ekonomi menjadi semakin terintegrasi di tingkat global. Hal tersebut mendorong kemudahan dalam mobilitas modal dan pekerja yang memungkinkan perusahaan untuk mengeksplorasi peluang

investasi. Adanya kemudahan tersebut, menyebabkan pelaku bisnis dituntut untuk semakin kreatif di dalam menentukan konsumen yang dibidik agar bidang usaha yang dikelola bisa berjalan dengan linear sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Faktor kepuasan konsumen sangat berpengaruh dalam memenangkan persaingan tersebut. Oleh karena itu, pemasaran selalu diharapkan untuk mengadakan peremajaan dan melaksanakan promosi pengenalan produk atau jasanya. Selain peremajaan dan pengenalan produk, pelaku usaha perlu melakukan legalitas produk atau usaha yang merupakan aspek krusial dalam menjalankan usaha.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bagian integral dari pendidikan tinggi yang bertujuan untuk mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam konteks kehidupan nyata, sekaligus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Dalam rangka menanggapi tuntutan perkembangan zaman dan meningkatkan kualitas pendidikan tinggi, mahasiswa diharapkan dapat melibatkan diri secara aktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kuliah Kerja Nyata menjadi mata kuliah dari Tri Dharma Perguruan Tinggi ketiga, yaitu pengabdian kepada masyarakat.

Kuliah Kerja Nyata STKIP PGRI Trenggalek yang bertempat di Desa Sengon Kecamatan Bendungan, Kabupaten Trenggalek tim pelaksana secara langsung dan berkelanjutan terlibat secara langsung di kalangan masyarakat pelaku usaha dengan mengedepankan potensi desa tersebut. Maka dari itu, untuk memberikan kemudahan dalam melalui dampak kemajuan teknologi dalam bidang usaha, mahasiswa selaku pelaksana kegiatan Kuliah Kerja Nyata membuat program unggulan berupa bimbingan legalitas usaha dan strategi pemasaran digital untuk mengatasi dampak tersebut.

2. KAJIAN TEORI

Legalitas usaha merupakan salah satu sumber informasi yang di dalamnya memuat informasi terkait usaha secara resmi yang berfungsi untuk mempermudah siapa saja yang memerlukan segala jenis dan mengenai usaha tersebut seperti identitas maupun semua yang bersangkutan dengan dunia usaha dan pendirian usaha, serta kedudukannya (Amin, 2020). Legalitas mengacu pada kemampuan bisnis untuk menunjukkan bahwa usaha tersebut layak dilakukan dari faktor-faktor tertentu telah diabaikan dan keamanan produk tidak dapat dijamin. Konsumen dapat merasa aman membeli barang dan jasa dari pelaku usaha yang mempunyai legitimasi usaha, yang menjamin keamanan dan kualitasnya.

Adanya legalitas usaha diharapkan dari para pelaku UMKM adalah adanya bantuan modal. UMKM memerlukan legalitas usaha sebagai syarat dalam pengajuan bantuan permodalan kepada lembaga pembiayaan (Yusuf, 2011:47). Aspek legalitas usaha secara utuh

sangat penting bagi UMKM untuk memberikan kepastian hukum terhadap usahanya, sehingga menunjang kinerjanya melalui legalitas usaha dan meningkatkan kekuatannya dalam persaingan usaha yang ada. Dalam implementasinya, ada beberapa macam bentuk legalitas usaha seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Izin Tempat Usaha (SITU), merek, BPOM.

Tantangan pelaku usaha berada pada persaingan usaha yang ada, dalam hal itu selain legalitas usaha diperlukannya strategi pemasaran secara digital yang mampu menyokong kekuatan dalam persaingan usaha tersebut. Chakti (2019) mengungkapkan bahwa *digital marketing* adalah segala bentuk usaha yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan pemanfaatan perangkat yang telah terhubung di internet dengan berbagai strategi dan media digital yang bertujuan untuk mengkomunikasikan antara pelaku usaha dan calon konsumen melalui saluran komunikasi *online*. Chaffey dan Chadwick (2016:11) menyatakan bahwa pemasaran digital adalah penerapan Internet dan melibatkan teknologi digital yang dikombinasikan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Penggunaan digital strategi secara *online* terdapat langkah yang efektif dan efisien, yaitu: (1) *personal branding*, (2) *content marketing*, (3) *search engine optimization*, (4) optimisasi konversi, (5) *social media marketing*, (6) *e-mail marketing*, (7) *whatsapp marketing* (Novianti, 2021). Bimbingan teknologi di Desa Sengon dikhususkan dalam membantu bisnis mengembangkan strategi untuk meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital, yang mencakup media sosial dan aplikasi e-commerce.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, Menurut (Semiawan, 2010) yang dikutip oleh Wan Laura Hardilawati (2020:92) metode penelitian kualitatif adalah jenis metode yang cocok dan paling tepat digunakan dalam pengamatan langsung maupun persepsi untuk menangkap kontak langsung dan pikiran terbuka manusia proses induktif dan interaksi simbolik yang dapat mengenal dan mengerti sesuatu. Penelitian dilakukan di Desa Sengon Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek dengan objek penelitian berupa UMKM dengan sasaran ibu-ibu pelaku UMKM. Teknik dan pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan melakukan wawancara.

1. Observasi

Kegiatan observasi dilakukan pada beberapa pelaku UMKM di Desa Sengon Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek untuk mengetahui jenis dan kendala pada produk.

2. Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan juga kepada beberapa pelaku UMKM di Desa Sengon, Kecamatan Bendungan, Kabupaten Trenggalek wawancara dilakukan untuk mengetahui kendala-kendala pada pelaku UMKM pada masing-masing produknya.

Setelah melakukan observasi secara berkala selanjutnya penulis melakukan kegiatan BIMTEK (Bimbingan Teknis) UMKM di Desa Sengon Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek kegiatan tersebut sebagai berikut:

a. Legalitas usaha

Kegiatan ini untuk membantu dalam kepengurusan pengakuan sahny suatu produk usaha dimata negara dan hukum.

b. Strategi pemasaran di media sosial salah satunya tiktok

Kegiatan ini untuk membantu dalam meningkatkan pemasaran produk-produk pemilik pelaku usaha umkm desa Sengon Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi ini dilakukan melihat sejauh mana proses produksi dan kendala yang dialami pelaku UMKM di Desa Sengon Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek selama memasarkan produknya. Dari observasi yang dilakukan ini ada beberapa kendala yang dialami pelaku UMKM yaitu adanya produk yang belum terlegalitas dan kurangnya pemasaran. Waktu penelitian dilakukan sekitar 3-5 hari dengan berkunjung langsung ke rumah para pelaku UMKM. Setelah mengetahui apa saja kendala yang dialami oleh para pelaku UMKM adanya kegiatan Bimtek UMKM yang dilakukan selama 2 hari tanggal 7-8 februari 2024. Berikut hasil kegiatan yang dilakukan:

Legalitas Usaha



Gambar 1

Kondisi UMKM di Desa Sengon cukup berkembang dapat dilihat dengan banyaknya pelaku usaha yang ada di sana mulai dari usaha mikro hingga kecil, barang dan jasa yang ditawarkan pun beragam mulai dari makanan, minuman, kerajinan anyam seperti reyeng dan besek yang menjadi aset budaya di Desa Sengon. Sementara pelaku UMKM skala mikro dan kecil saat ini disarankan untuk memiliki legalitas usaha atau izin usaha, yang merupakan bentuk dokumen resmi dari otoritas yang berwenang, UMKM di Desa Sengon seringkali tidak memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Dengan legalitas usaha, UMKM dapat dinyatakan sah dan diberikan izin oleh seseorang atau badan untuk melakukan usaha atau kegiatan tertentu.

a). Pendampingan pembuatan NIB dan sertifikat halal

Ada beberapa syarat mendasar yang harus dipenuhi mengingat betapa pentingnya “izin usaha” dalam rangka menjalankan usaha, khususnya bagi pelaku UMKM yang berada di pasar atau bersaing memperebutkan. Bersamaan dengan uang, sarana dan prasarana, informasi usaha, kerja sama, peluang usaha, pemasaran perdagangan, dan dukungan kelembagaan, pemerintah dan pemerintah daerah memandang “perizinan usaha” sebagai faktor penting dalam rangka pengembangan lingkungan usaha. Semua ini sesuai dengan Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2020 (UU No. 11) (UMKM). Siapa yang dilayani oleh sistem izin usaha ini:

1. Menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan terpadu satu pintu;
2. Membebaskan biaya perizinan bagi Usaha Mikro dan memberikan keringanan biaya perizinan bagi Usaha Kecil.

Untuk itu kami melakukan survey ke rumah warga pelaku usaha yang ada di Desa Sengon. Dari hasil survey didapati satu pelaku usaha yang tidak memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), namun memiliki produk unggulan dan sudah banyak yang pasarkan di luar daerah.

Pentingnya bagi pelaku UMKM untuk memiliki legalitas, karena hal ini dapat membawa keuntungan yang cukup baik karena dapat menarik konsumen lain, dan juga dapat menyebabkan penjualan yang lebih tinggi. Membantu mendaftar pada *Online Single Submission* (OSS) atau Layanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik (EIBL'S).

Strategi Pemasaran Digital Marketing

Teknologi digital telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi, bertindak, dan mengambil keputusan. Aktivitas pemasaran pun tak lepas dari pengaruh teknologi digital. Istilah pemasaran berbasis digital (digital marketing) telah mengalami evolusi dari awalnya kegiatan pemasaran barang dan jasa yang menggunakan saluran digital hingga pengertian yang lebih luas yaitu proses memperoleh konsumen, membangun preferensi konsumen, mempromosikan merek, memelihara konsumen, dan meningkatkan penjualan. Konsep digital marketing berasal dari internet dan mesin pencari (*search engines*) pada situs. Wardhana (2015) menemukan bahwa strategi digital marketing berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya.



Gambar 2

a) Pemasaran Melalui Sosial Media

Pemasaran dapat dilakukan di seluruh media sosial, ibu-ibu pelaku umkm di Desa Sengon umumnya menggunakan media sosial di *Whatsapp* tetapi hal tersebut tidak bisa dijangkau publik hanya orang-orang tertentu yang dapat melihat produk yang dipasarkan tersebut. Sehingga kendala yang dikeluhkan banyak pelaku UMKM Desa

Sengon adalah pemasaran. Pada pelatihan strategi pemasaran UMKM di Desa Sengon kami mencoba menggunakan media selain *Whatsapp* tersebut dengan memasarkan produk melalui media digital TikTtok shop.

b) Pemasaran Melalui *Live Streaming* Tiktok

TikTok *Live Streaming* menjadi salah satu trend terpanas di media sosial saat ini. Banyak pengguna media sosial yang mulai memanfaatkan fitur *live streaming* ini untuk berbagai keperluan, termasuk keperluan bisnis. Bahkan, Gradin, sebuah agensi kreatif, berencana untuk menyediakan layanan host untuk acara *live* di marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok.

Tiktok *Live Streaming* menjadi salah satu pilihan kami dalam strategi pemasaran UMKM di Desa Sengon karena berbagai alasan yang mendukung seperti :

1. Peningkatan pengguna TikTok

TikTok adalah salah satu aplikasi media sosial yang paling populer saat ini. Aplikasi ini digunakan oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Dengan adanya peningkatan pengguna TikTok, maka tidak mengherankan jika TikTok *Live Streaming* juga semakin populer.

2. Fitur interaktif yang menarik

Fitur interaktif yang disediakan oleh TikTok *Live Streaming* juga menjadi salah satu alasan mengapa fitur ini semakin populer. Fitur-fitur seperti komentar, like, dan gift yang tersedia di TikTok *Live Streaming* memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung dengan penonton.

3. Kemudahan penggunaan

TikTok *Live Streaming* juga sangat mudah digunakan. Pengguna hanya perlu membuka aplikasi TikTok, masuk ke akun mereka, dan memulai *live streaming* dengan beberapa sentuhan jari. Bahkan, pengguna yang belum terbiasa dengan teknologi pun dapat dengan mudah menggunakan fitur ini.

4. Menjangkau audiens yang lebih luas

TikTok *Live Streaming* memungkinkan pengguna untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan adanya fitur *live streaming*, pengguna dapat mengakses penonton yang berbeda-beda dan mempromosikan bisnis mereka.

Tabel 1

Nama Pemilik Usaha	Alamat	Bidang Usaha (KBLI)	Skala Usaha	NIB
Imron	Desa Sengon	Produksi Serbuk Jamu	Usaha Mikro	Belum Memiliki
Suratun	Desa Sengon	Produksi Kue Basah Dan Kue Kering	Usaha Mikro	-
Sumirah	Desa Sengon	Produk Keripik dan Kue Kering	Usaha Mikro	9120015132809
Daini	Desa sengon	Produk Besek Cantik	Usaha Mikro	1202240002816

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kedepannya kepada pelaku usaha UMKM budidaya jamur merang dan UMKM anyaman bambu di Desa Sengon, Kecamatan Bendungan, Kabupaten Trenggalek berjalan lancar dengan baik, maka harus memiliki Izin Usaha Mikro Kecil secara legal. Sekarang mengurus legalitas usaha bisa mudah dan cepat asal semua persyaratan terpenuhi. Pemerintah telah menetapkan Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 Tentang Perizinan untuk Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK) dalam mengembangkan usahanya. Selain itu, dalam pengurusan legalitas usaha setelah keluar Peraturan Presiden (PERPRES) menjadi lebih sederhana, mudah, dan cepat sehingga menguntungkan bagi pelaku usaha. Dan terkait penunjang lainnya yaitu untuk pemasaran digital dapat membantu desa dalam proses pembuatan website untuk di masa depan sebagai potensi desa untuk terus berkembang lebih baik lagi.

Saran

1. Pemerintah daerah perlu meningkatkan komunikasi dengan masyarakat setempat untuk mensosialisasikan tentang pentingnya Izin Usaha Mikro Kecil dan Menengah (IUMKM) dan website mengenai Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) agar masyarakat dapat mengetahui tentang kebijakan secara benar prosedur pengurusan izin.
2. Pemerintah daerah setempat perlu membuat regulasi untuk pelaku usaha yang tidak memiliki Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK). Hal ini dilakukan agar mendorong pelaku

usaha ataupun masyarakat lebih aktif dalam mengurus dan mementingkan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) tersebut.

3. Dan terutama bagi desa yaitu perlu adanya upaya dari desa untuk memperkenalkan pemasaran digital, membuat website untuk promosi produk UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga STKIP-PGRI Trenggalek sebagai pihak penyandang dana penelitian serta mendukung dengan memberikan fasilitas kerjasama dengan narasumber. Selain itu, tak lupa kami ucapkan terima kasih kepada pemerintah desa yang telah mendukung upaya peningkatan kinerja UMKM setempat untuk terus semakin berkembang.

DAFTAR REFERENSI

- Fadhilah, D.A., dkk. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Managemen*. 12(1).
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 10(1). <http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae>
- Iswara, U.S., dkk. (2022). Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Digital bagi UMKM. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2).
- Saputra, E. PKM Strategi Pemasaran yang Dilakukan di Plaza Tunjungan III Surabaya dalam Memasarkan Produk.
- Utama, I.D., (2019). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*. 7(1).
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia.
- Was'an, G.H., Sariningsih, A. (2021). Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kecamatan Citereup. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 1(1).