



Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Digital serta Edukasi Legalitas Usaha untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Karang Sari

Erin Soleha^{1*}, Ahmad Rasyiddin², Rama Wijaya³, Zahra Nayla Darmawan⁴, Nabil Hawari⁵, Nur Fatimah⁶

^{1,3,4,5,6} Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

² Universitas Tangerang Raya, Indonesia

*Korespondensi penulis: Erinsoleha@pelitabangsa.ac.id

Article History:

Received: Agustus 06, 2024;

Revised: Agustus 20, 2024;

Accepted: September 03, 2024;

Published: September 05, 2024;

Keywords: Digital marketing, Micro, Small and Medium Enterprises, Business legality.

Abstract: Business legality is a crucial element in the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. Karang Sari Village, as one of the MSME centers, is facing challenges in adopting Business Identification Numbers (NIB) and implementing digital marketing. This research aims to identify the impact of implementing NIB on MSMEs in Karang Sari Village and explore the obstacles and opportunities in its implementation. The methods used are case studies and field surveys. The research results show that although NIB can improve legality and market access, low digital literacy is a major obstacle. It is hoped that the socialization and training carried out in Karang Sari Village can increase understanding and adoption of NIB and digital marketing by MSMEs, so as to strengthen their competitiveness in the market.

Abstrak

Legalitas usaha merupakan elemen krusial dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Desa Karang Sari, sebagai salah satu pusat UMKM yang menghadapi tantangan dan harus segera beradaptasi dengan legalitas usaha khususnya Nomor Induk Berusaha (NIB) dan penerapan pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak penerapan NIB terhadap UMKM di Desa Karang Sari dan mengeksplorasi hambatan serta peluang dalam menjalankan usahanya. Metode yang digunakan adalah studi kasus dan survey lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun NIB dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan akses pasar, dan rendahnya literasi digital menjadi kendala utama. Sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan di Desa Karang Sari diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan adopsi NIB serta pemasaran digital oleh UMKM, sehingga dapat memperkuat daya saing mereka di pasar.

Kata kunci: Pemasaran digital, Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, Legalitas usaha

1. LATAR BELAKANG

Perizinan berperan sebagai mekanisme penting yang memungkinkan pemerintah melakukan kontrol, memastikan kepatuhan terhadap peraturan, serta menegakkan standar yang melindungi kepentingan publik (Kretschmer et al., 2022). Khususnya dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pentingnya izin usaha tidak dapat diabaikan karena berfungsi untuk mengawasi, mengarahkan, dan membina usaha tersebut agar dapat berkembang dengan baik. UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia, khususnya di pedesaan, di mana usaha kecil ini tidak hanya menjadi

sumber mata pencaharian bagi banyak keluarga, tetapi juga memainkan peran krusial dalam menjaga stabilitas sosial dan ekonomi setempat (Septiani et al., 2023).

Desa Karangsari, sebagai bagian dari wilayah Indonesia, menjadi contoh nyata bagaimana sektor UMKM dapat mendorong perkembangan ekonomi lokal. Namun, untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Karangsari, diperlukan langkah-langkah strategis seperti sosialisasi legalitas usaha dan pemasaran digital. Sosialisasi legalitas usaha menjadi langkah awal yang esensial dalam mendukung UMKM agar dapat memulai dan mengelola usahanya secara legal, yang merupakan syarat penting untuk beroperasi dalam kerangka hukum yang berlaku (Indrawati & Rachmawati, 2021). Pemerintah Indonesia, dalam upayanya memperkuat sektor UMKM dan meningkatkan daya saingnya, telah memperkenalkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bagian dari reformasi administrasi dan perizinan. NIB tidak hanya berfungsi sebagai identitas hukum bagi setiap pelaku usaha, tetapi juga diharapkan dapat mempermudah proses perizinan, meningkatkan transparansi, serta memudahkan akses ke berbagai layanan dan fasilitas pendukung.

Meskipun NIB menawarkan berbagai manfaat, penerapannya di daerah pedesaan seperti Desa Karangsari menghadapi tantangan besar. Rendahnya tingkat literasi digital, serta terbatasnya akses informasi menjadi beberapa kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Karangsari. Keberadaan NIB yang masih relatif baru juga menambah tantangan dalam hal pemahaman dan adopsi oleh pelaku usaha yang umumnya belum terbiasa dengan sistem administrasi yang kompleks. Berdasarkan penelitian oleh Radyanto (2020), salah satu dari lima permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah masalah legalitas produk dan usaha, selain masalah pemasaran, permodalan, serta sumber daya manusia (SDM). Legalitas usaha ini tidak hanya melindungi pelaku usaha tetapi juga memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam era pasar bebas (Anggraeni, 2021).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dampak penerapan NIB terhadap UMKM di daerah pedesaan serta mengidentifikasi berbagai hambatan dan peluang yang ada dalam pelaksanaannya. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan survei lapangan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang efektivitas kebijakan NIB dalam mempengaruhi proses perizinan dan integrasi UMKM ke dalam perekonomian formal, serta sejauh mana pelaku UMKM di daerah pedesaan dapat beradaptasi dengan perubahan ini.

Melalui pengabdian masyarakat, khususnya dalam sosialisasi legalitas usaha dan pemasaran digital di Desa Karangsari, kami berkomitmen untuk mewujudkan dukungan yang nyata bagi pelaku UMKM. Pengabdian kepada masyarakat tidak hanya sebagai wujud balas

budi kepada masyarakat sekitar, tetapi juga merupakan upaya untuk membangun masyarakat yang lebih beradab, terutama dalam hal budaya, karakter, dan pola pikir (Firdaus et al., 2022). Diharapkan bahwa inisiatif ini dapat menjadi panduan bagi pemerintah setempat, lembaga pendidikan, dan UMKM itu sendiri dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan UMKM di Desa Karangsari.

2. KAJIAN TEORITIS

Pemasaran Digital

Pemasaran digital telah menjadi salah satu komponen vital bagi pelaku bisnis, baik di kalangan UMKM maupun perusahaan besar (Lailia & Dwiridotjahjono, 2023). Pemasaran digital atau digital marketing didefinisikan sebagai kegiatan promosi dan pencarian pasar yang dilakukan melalui media digital secara online, dengan memanfaatkan berbagai platform, seperti jejaring sosial (Fahira dkk., 2021). Dalam konteks UMKM, penggunaan teknologi dalam pemasaran sangat diperlukan untuk menjaga daya saing dan eksistensi di pasar yang semakin kompetitif (Harahap dkk., 2022).

Pemasaran digital mencakup berbagai aktivitas yang mengintegrasikan teknologi dalam proses pemasaran, termasuk penggunaan e-commerce untuk transaksi penjualan produk atau jasa secara online, serta penggunaan media sosial sebagai sarana promosi (Sholikhatin dkk., 2022). Dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan, pemasaran digital telah menjadi salah satu strategi yang efektif dalam pengembangan UMKM. Menurut Buhari & Arham (2023), pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk melakukan promosi dengan biaya yang lebih rendah, menjangkau audiens yang lebih luas, dan membangun citra positif bagi merek mereka. Ini menunjukkan bahwa adopsi pemasaran digital tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga memperkuat posisi UMKM dalam persaingan pasar.

Legalitas Usaha

Menurut Peraturan Pemerintah No. 24 tahun 2018, "NIB merupakan identitas Pelaku Usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha dan berlaku selama menjalankan kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan."

Perizinan menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM, terutama dalam menarik investasi. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, yang dikenal dengan sistem Online Single Submission (OSS). Sistem ini memfasilitasi pelaku UMKM dalam mendaftarkan dan mengelola izin usaha, yang diwujudkan dalam bentuk

Nomor Induk Berusaha (NIB). Sertifikasi NIB ini memiliki peran penting dalam legalitas usaha dan diakui secara resmi, sehingga dapat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk di pasar.

Peraturan perizinan berusaha telah mengalami perubahan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan Perizinan Berusaha berbasis risiko. Peraturan ini menjadi peraturan pelaksana dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Online Single Submission (OSS) ini adalah pelayanan publik yang disediakan oleh pemerintah yang berguna untuk mempermudah memperoleh layanan usaha secara mudah. Nomor Induk Berusaha (NIB) berguna sebagai nomor identitas pelaku usaha dan juga sebagai pengganti Tanda Daftar Perusahaan (TDP) dan Angka Pengenal Impor (API), yang merupakan hal penting bagi bisnis yang menggunakan ekspor impor sebagai cara untuk mendapatkan akses kepabean. Setelah menerima NIB, pelaku ekonomi juga akan terdaftar sebagai Pelaku UMKM jaminan sosial kesehatan dan ketenagakerjaan. Secara garis besar, manfaat NIB bagi pengusaha adalah menjaga kenyamanan legalitas perusahaan. Dengan adanya kebijakan yang terkait, para pelaku usaha tidak akan repot lagi dalam mempersiapkan berkas-berkas dan dokumen untuk diterbitkannya suatu perizinan berusaha (Nur et al. 2022)."

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian suatu negara, khususnya di Indonesia. UMKM berperan sebagai penggerak ekonomi yang memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Menurut Shohib (2021) dan Nabella (2022), UMKM memiliki keunggulan dalam pemanfaatan sumber daya alam dan padat karya, yang memungkinkan usaha-usaha kecil ini untuk berkembang meskipun dengan modal terbatas.

Berbagai undang-undang di Indonesia mengatur definisi UMKM. Pasal 1 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 mendefinisikan usaha kecil menengah (UKM) sebagai berikut:

- 1) Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat dengan skala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan;
- 2) Usaha Menengah dan Usaha Besar adalah kegiatan ekonomi yang memiliki kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang lebih besar daripada kekayaan bersih dan hasil penjualan tahun sebelumnya.

Pemberdayaan UMKM, seperti yang diatur dalam UU No. 9 Tahun 1995, bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian usaha kecil agar dapat berkembang

menjadi usaha menengah, serta memperkuat kontribusi mereka dalam perekonomian nasional. Pemberdayaan ini diharapkan dapat meningkatkan produksi nasional, memperluas lapangan kerja, meningkatkan ekspor, serta mendukung pemerataan pendapatan, yang secara keseluruhan akan memperkuat struktur perekonomian nasional.

3. METODE PENELITIAN

Kuliah Kerja Nyata kali ini memberikan pengabdian kepada masyarakat dengan metode sosialisasi pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan digital marketing kepada pelaku UMKM, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara nyata, untuk itu perlu melalui tahapan-tahapan dalam menerapkan metode ini, yaitu:

a. Tahap Pertama (Observasi)

Pada tahap awal, mahasiswa/i KKN melakukan pendataan dan pemetaan terkait jumlah UMKM untuk memuat data yang memenuhi persyaratan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB).

b. Tahap Kedua (Sosialisasi)

Tahap ini dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus 2024, pukul 09.00 sd 12.10 WIB. Kegiatan dilaksanakan di Kantor Desa Karangsari, Kecamatan Cikarang Timur, Kabupaten Bekasi. Kegiatan ini menghadirkan narasumber Bapak Indra Permana, S.Sos., M.M., dan Ibu Zulfa Azkiatul Hidayah, S.E., M.M., dan Bapak Ahmad Rasyiddin, S.Kom., M.M yang telah bersedia berbagi pengetahuan dan motivasi kepada para pelaku UMKM. Materi yang disampaikan mencakup pemasaran digital, yang masih belum dipahami sepenuhnya oleh banyak pelaku UMKM, serta tata cara penerapannya. Selain itu, narasumber juga memberikan motivasi untuk melakukan legalitas usaha, yang seringkali dihindari karena kekhawatiran terkait pajak.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang Dicapai

Hasil yang di capai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat melalui sosialisasi UMKM dan masyarakat desa Karangsari, Cikarang Timur dengan tema “Pelatihan Digital Marketing dan Edukasi Legalitas Usaha” yang dilakukan mahasiswa KKN Universitas Pelita Bangsa Prodi S1 Manajemen dan S1 Bisnis Digital yang dituangkan dalam bentuk laporan hasil kegiatan pada setiap tahap pelaksanaan sebagai berikut:

1. Observasi terhadap UMKM pada hari Selasa, tanggal 29 Juli 2024 untuk meminta data diri pelaku usaha seperti nama pemilik, alamat usaha, nomor telfon yang

terhubung ke aplikasi WhatsApp serta menanyakan keluhan terhadap masing-masing pelaku usaha apa saja kendalanya terutama yang berkaitan dengan pemasaran dan legalitas usaha agar pemberian materi dalam sosialisasi dapat berjalan maksimal dan tepat sasaran. Observasi UMKM dilakukan disepanjang Jl. Klayangan Kalendewak, Desa Karangsari, Kec. Cikarang Timur, dan berlangsung pukul 15:00 -17:00 WIB.



Gambar 1. Observasi UMKM



Gambar 2. Observasi UMKM



Gambar 3. Observasi UMKM

2. Koordinasi dengan pihak desa Karang Sari mengenai sosialisasi yang akan dilakukan oleh mahasiswa KKN Universitas Pelita Bangsa Prodi S1 Manajemen dan S1 Bisnis Digital pada tanggal 30 Juli 2024. Koordinasi ditujukan untuk perijinan waktu dan tempat diselenggarakannya sosialisasi. Adapun hasil dari koordinasi tersebut ialah waktu pelaksanaan sosialisasi, yakni hari Sabtu, tanggal 10 Agustus 2024 dan tempat pelaksanaannya di Aula Kantor Desa Karang Sari.



Gambar 4. Tempat Pelaksanaan Sosialisasi

3. Persiapan sosialisasi secara keseluruhan mulai dari buat surat undangan sosialisasi, menyebarkan undangan sosialisasi, menghubungi pemateri/narasumber sosialisasi, materi yang akan disampaikan, memberihakn ruangan, penataan lokasi, konsumsi dan lain-lain. Persiapan dilakukan dari tanggal 1-9 Agustus 2024.
4. Pelaksanaan sosialisasi pada hari Sabtu, 10 Agustus 2024 pukul 09:00 – 12:00 WIB. Sosialisasi diisi berupa pemberian materi tentang betapa pentingnya pemasaran secara digital/digital marketing dan legalitas usaha bagi UMKM. Durasi dari tiap pemberian materi kurang lebih 45 menit yang kemudian disusul dengan tanya jawab. Sosialisasi dihadiri 19 orang pelaku usaha.



Gambar 5. Pelaksanaan Sosialisasi



Gambar 6. Pelaksanaan Sosialisasi



Gambar 7. Pelaksanaan Sosialisasi

5. Sosialisasi ditutup dengan foto bersama antara mahasiswa KKN Universitas Pelita Bangsa, Pemateri/Narasumber, perangkat desa, dan para perwakilan yang menghadiri sosialisasi. Acara kemudian dilanjutkan dengan pembuatan Nomor Induk berusaha (NIB) kepada seluruh hadirin sosialisasi. Namun terjadi beberapa kendala seperti NIK sudah terdaftar, tidak tahu email masing-masing, dan lainnya sehingga tidak semua hadirin bisa mendapatkan NIB nya pada hari itu juga. Untuk mengatasinya, mahasiswa membuka poskonya selama 7 hari untuk mengatasi kendala yang ada.



Gambar 8. Pelaksanaan Sosialisasi



Gambar 9. Pembuatan NIB salah satu UMKM

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil observasi dapat diketahui bahwa permasalahan yang terjadi ialah banyak pelaku usaha yang belum mengenal dan fungsi dari NIB pada produk UMKM, kurangnya pengetahuan masyarakat sekitar akan pentingnya NIB yang berdampak sulitnya memperluas pemasaran pada produk mereka. Sehingga hal ini berpengaruh terhadap cara mereka dalam memperluas pemasaran dan menambah pendapatan dari produknya.

Oleh karena itu dirasa perlu adanya tambahan wawasan kepada para pelaku UMKM di Desa Karangsari tentang pentingnya NIB, dan mendampingi pelaku UMKM melakukan pembuatan NIB guna untuk memperluas pemasaran dan pendapatan dari bisnis UMKM tersebut. Selain itu, pembuatan NIB yang ditujukan untuk memperluas pemasaran produk, menambahkan cara UMKM agar bisa berbisnis yang lebih bersaing, dan berkompeten dari pelaku UMKM.

Setelah melihat kondisi di lapangan, agar masyarakat khususnya pelaku UMKM dapat mengembangkan bisnisnya terdapat beberapa saran sebagai berikut

- a. Perlunya pengetahuan bagi pelaku usaha UMKM tentang pentingnya NIB dan pemasaran digital pada produk olahan untuk memperluas pemasaran.
- b. Perlu adanya wawasan bagi pelaku usaha dalam pembuatan label kemasan yang lebih menarik agar dapat menarik minat pembeli.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh aparaturnya Desa Karangrasi seperti Bapak Oman Abdul Rohman selaku Sekertaris Desa, Bapak Sobari selaku Kaur Pembangunan atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan selama pelaksanaan KKN 2024 pada kali ini. Kehadiran Bapak/Ibu sangat membantu kelancaran penelitian ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Erin Soleha, S.E., M.M., CFP selaku Dosen Pendamping Lapangan atas bimbingan, arahan, dan saran yang sangat berharga bagi kami. Beliau telah memberikan motivasi dan pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis. Berkat dukungan dan kerjasama yang baik dari semua pihak, penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan data yang valid.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, M., Pratama, W., & Bilad, I. (2024). Pengembangan dan edukasi pentingnya legalitas usaha mikro, kecil dan menengah di era digital. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 5(1), 53-59.
- Amelinda, Q. P., Niam, A., Permana, A. B., & Hariyana, N. (2023). Pembuatan nomor induk berusaha (NIB) dan sosialisasi digitalisasi marketing bagi UMKM Desa Baratan, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2787-2793.
- Firdaus, V. M. L. U., & Kusumasari, I. R. (2024). Sosialisasi dan pendampingan pembuatan izin usaha serta penyuluhan pemasaran digital UMKM di Kelurahan Ngipik. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 15(2).
- Haifaq, M., Maulana, I., Qomariyah, N., Indriyawati, N., & Zein, Y. (2024). Sosialisasi strategi pemasaran dan pendampingan UMKM untuk mengembangkan usaha melalui digital marketing.
- Hidayaty, D., Sari, W., & Pangestu, J. (2022). Legalitas usaha dan pemasaran digital sebagai penunjang usaha UMKM Desa Waringinkarya Kecamatan Lemahabang. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 2(1), 2322-2333.
- Karyawan, I. D. M. A., Suteja, I. W., Mahendra, M., Yuniarti, R., Widianty, D., Yasa, I. W., ... & Salsabila, F. F. (2023). Pengembangan UMKM Desa Sapit melalui optimalisasi pemasaran digital dan legalitas usaha. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(3), 735-742.
- Qurrata'Ayun, A. S., Khurnia, W., Mangunah, S., Amaya, T., & Hilyatin, D. L. (2022). Nomor induk berusaha (NIB) sebagai wujud legalitas UMKM di Desa Kalicupak Kidul Kecamatan Kalibagor. *Kampelmas*, 1(2), 585-595.
- Rosada, C. T., Salsabila, Z. N., Rodiyah, I., & Hermawan, K. Z. (2024). Pemanfaatan teknologi digital untuk legalitas UMKM di Desa Mojowarno, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 1(6), 79-85.
- Sefriana, T., Purnomo, R., Safira, A. M., & Marzuqa, C. (2024). Peran nomor induk berusaha dan sertifikat halal dalam meningkatkan nilai jual UMKM. *Nusantara Community Empowerment Review*, 2(2), 43-50.
- Suryani, S. (2018). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1-10.
- Utomo, A. P., Radyanto, M. R., & Mariana, N. (2024). Sosialisasi hak kekayaan intelektual (HKI) dan legalitas usaha UMKM Kelurahan Sambirejo Gayamsari Kota Semarang. *Ikra-Ith Abdimas*, 8(2), 49-55.
- Yusro, M. W., Azmi, T. Z., Pratama, M. R. S., Khansa, A. T., & Hidayat, S. (2024). Sosialisasi dan pendampingan legalitas usaha serta pemasaran digital melalui program KKN-T Bela Negara untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Jambuwok. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 3(01), 112-119.