



PENDAMPINGAN LEGALITAS, *DIGITAL MARKETING* DAN *BUSINESS PLAN* PADA PELAKU UMKM DESA KEDUNGWARU, TULUNGAGUNG

Henny Rakhmawati¹, Sawal Sartono²

Universitas Tulungagung

Hennyrakhmawati19@gmail.com

Abstract

The aim of this activity is to support MSME players in terms of legality, digital marketing and creating business profiles to market their products and increase sales, especially for MSMEs in Kedungwaru Village, Tulungagung Regency. MSMEs in Kedungwaru Village are MSMEs that operate in various types of products such as food and handicrafts and need to adopt new strategies in marketing their products and licensing their businesses. Through this activity, MSMEs can obtain business permits (P-IRT, NIB), business profiles and digital marketing. Apart from that, MSME owners in Kedungwaru Village were also trained in effective and targeted digital product marketing theory through social media.

Keywords: MSMEs, Legality, Business Profile, Digital Marketing

Abstrak

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mendukung para pelaku UMKM dari segi legalitas, *digital marketing* dan pembuatan profil usaha untuk memasarkan produknya dan meningkatkan penjualan khususnya bagi UMKM di Desa Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. UMKM di Desa Kedungwaru merupakan UMKM yang bergerak di berbagai jenis produk seperti makanan dan kerajinan tangan dan perlu mengadopsi strategi baru dalam memasarkan produknya dan perizinan usahanya. Melalui kegiatan ini, UMKM dapat memperoleh izin usaha (P-IRT, NIB), profil usaha, dan pemasaran digital. Selain itu, para pemilik UMKM di Desa Kedungwaru juga dilatih teori pemasaran produk digital yang efektif dan tepat sasaran melalui media sosial.

Kata Kunci: UMKM, Legalitas, Profil Usaha, Pemasaran Digital

A. PENDAHULUAN

Menurut (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, 2008), UMKM atau usaha mikro, kecil dan menengah diartikan sebagai usaha mikro. Usaha produktif milik perseorangan dan/atau badan ekonomi perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur secara hukum. Usaha kecil dan menengah, yaitu dimiliki, dikendalikan oleh, atau secara langsung atau tidak langsung



merupakan bagian dari usaha menengah, sebagai usaha ekonomi produktif mandiri yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan. Atau perusahaan besar yang memenuhi kriteria usaha kecil dan menengah yang ditetapkan undang-undang.

Sebagai usaha menengah, yaitu suatu badan mandiri yang dijalankan oleh orang atau perusahaan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari suatu usaha kecil atau suatu korporasi yang secara langsung atau tidak langsung dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari suatu usaha kecil. Sebagai badan usaha yang produktif. Perusahaan besar dengan jumlah kekayaan, penjualan bersih atau penjualan tahunan yang diatur dengan undang-undang. Menurut (Bahtiar, 2021), UMKM mempunyai peranan yang sangat penting dalam pemulihan perekonomian nasional. Selain itu, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai 64,19 juta, dimana usaha mikro, kecil, dan menengah (UMK) merupakan usaha yang sangat besar, yaitu sebanyak 64,13 juta atau 99,92% dari seluruh sektor usaha.

Sebagian besar UMKM di Indonesia merupakan usaha rumahan dan memerlukan tenaga kerja dalam jumlah besar. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, terdapat 65,4 juta UMKM di Indonesia pada tahun 2019. Jumlah unit usahanya bisa mencapai 65,4 juta dan menampung 123,3 ribu karyawan. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh dan kontribusi UMKM terhadap penurunan angka pengangguran di Indonesia sangat besar. Peningkatan partisipasi pekerja di UMKM akan membantu mengurangi jumlah pengangguran di Tanah Air

Saat ini, UMKM yang sedang bangkit dan jumlahnya terus meningkat setiap tahunnya. Tren positif ini akan berdampak positif terhadap perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, kontribusi UMKM terhadap PDB negara sebesar 60,5%. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang dan berkontribusi lebih jauh terhadap perekonomian. Oleh karena itu, tantangan UMKM ke depan yang perlu diatasi bersama oleh seluruh pemangku kepentingan terkait antara lain inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, *branding* dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembangunan, pelatihan dan promosi, serta basis data tunggal.

Salah satu penunjang kegiatan UMKM adalah legalitas usahanya dan adanya sertifikasi usaha yang memudahkan pelaku ekonomi dalam mengembangkan usahanya dan meningkatkan kemampuan usahanya. Dukungan legalitas usaha ini bertujuan untuk membantu para pelaku ekonomi dalam menjalankan usahanya sesuai dengan kebutuhan dan produk yang dihasilkan, misalkan produk krupuk, pempek yang harus memenuhi kriteria seperti pengemasan atau *packaging* maupun nomor induk berusaha melalui *online single submission* (OSS) berbasis risiko.

Selain itu, membuat *company profile* sangat penting bagi bisnis UMKM. Profil perusahaan adalah aset perusahaan yang dimiliki dan dimiliki oleh perusahaan atau institusi mana pun (Liem et al., 2015). Profil perusahaan tidak hanya menjadi aset perusahaan, namun juga berfungsi sebagai simbol dan identitas perusahaan dalam membangun kerjasama dan hubungan yang baik dengan perusahaan, institusi, dan organisasi terkait lainnya.



Profil Perusahaan memegang peranan yang sangat penting bagi Perusahaan B2B (*business to business*) karena dapat mewakili visi, misi, atau apa yang ingin ditawarkan perusahaan kepada konsumen. Manfaat lain dari informasi perusahaan sebagai alat presentasi adalah dapat mempersingkat waktu rapat karena pelanggan tidak perlu menanyakan pertanyaan mendetail tentang perusahaan, visi, dan misi Anda.

Di era digital ini, pemasaran digital menjadi salah satu hal yang patut mendapat perhatian. UMKM dapat memanfaatkan pergeseran budaya sosial yang semakin bergantung pada teknologi dalam memasarkan produknya melalui media sosial. Pemasaran digital dapat dilakukan melalui *e-commerce*, WhatsApp, Facebook, dll.

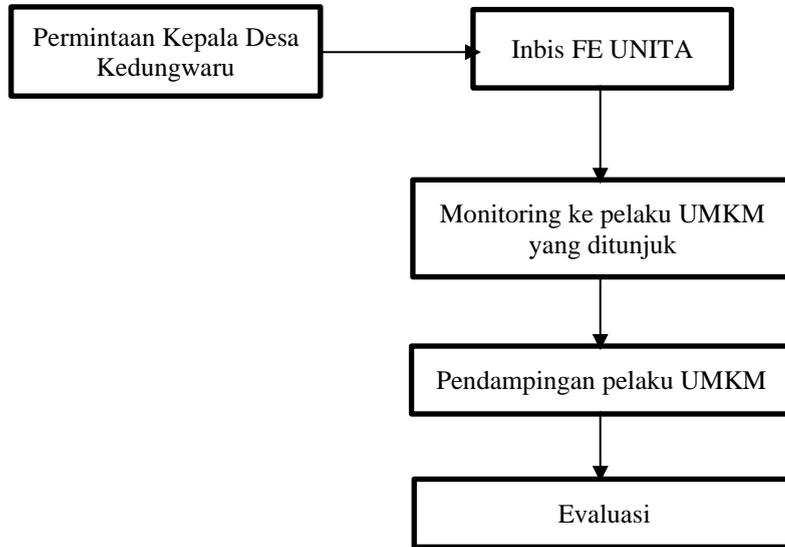
(Taiminen & Karjaluoto, 2015) menggambarkan pemasaran digital sebagai pendekatan pemasaran baru yang berbasis pada elemen digital. Media sosial telah menjadi bagian penting dari komunikasi pemasaran dan branding bisnis (Bruhn et al.(Bruhn et al., 2012). Media Sosial Facebook telah menjadi media penting untuk menarik konsumen dan meningkatkan kesadaran merek atau *brand awareness*. (Purwana et al., 2017) menyatakan bahwa UMKM perlu mempelajari dan menguasai perangkat digital dan internet untuk bertahan dalam persaingan bisnis.

Hal ini penting jika pelaku ekonomi ingin terlibat dalam kegiatan pemasaran digital (Susanti et al., 2019). Di era digital saat ini, konsumen semakin terbiasa mengambil keputusan berdasarkan konten digital, menurut penelitian dari *Deloitte Access Economics*, dan tidak dapat disangkal bahwa konsumen semakin terbiasa bertransaksi secara *online*. Meskipun hal ini tentu menjadi tantangan bagi para pelaku ekonomi UMKM, hal ini juga dapat menjadi peluang yang menjanjikan bagi UMKM di Indonesia. Karena urgensinya dan adanya permintaan dari Kepala Desa Kedungwaru Tulungagung, maka dilakukan pendampingan kepada para pelaku UMKM di Desa Kedungwaru dari segi legalitas, profil usaha dan pemasaran digital.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan pendampingan UMKM ini dilaksanakan dan merupakan bentuk dari tindak lanjut permintaan Kepala Desa Kedungwaru melalui Inkubator Bisnis (Inbis) Fakultas Ekonomi untuk melakukan pendampingan pada pelaku UMKM di Desa Kedungwaru, Kecamatan Kedungwaru, Tulungagung. Pendampingan dilaksanakan dengan mendatangi pelaku UMKM yang telah ditunjuk oleh Kepala Desa Kedungwaru secara *door-to-door* untuk melihat apakah bisnis UMKM sudah mempunyai legalitas usaha, melakukan *digital marketing* dan membuat *business plan*. Apabila UMKM belum memiliki atau melakukan hal-hal tersebut, maka akan dilakukan pendampingan dalam proses pembuatannya. Adapun rancangan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan tahap seperti tertera pada gambar 1.

Gambar 1. Rancangan Kegiatan Pendampingan



Pelaksanaan pendampingan pelaku UMKM ini didasarkan atas permintaan Kepala Desa Kedungwaru kepada Inbis Fakultas Ekonomi. Selanjutnya, Inbis akan melakukan tindak lanjut dengan melakukan *monitoring* langsung kepada pelaku UMKM Desa Kedungwaru *door-to-door*. Tahap selanjutnya, akan dilakukan pendampingan terhadap pelaku UMKM dengan mendata terkait usahanya yang belum membuat legalitas usaha, menerapkan digital marketing dan memiliki business plan. Pendampingan akan dilakukan dengan membantu melakukan pengurusan perizinan berupa NIB dan pelatihan *digital marketing* serta pembuatan *business plan*. Tahap selanjutnya akan dilakukan evaluasi setelah dilakukan pendampingan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku UMKM yang ditunjuk oleh Kepala Desa Kedungwaru ditunjukkan dalam tabel di bawah ini:

No	Nama Usaha	Alamat	Kendala
1	Pempek Cindy	Jl Wahidin Sudiro Husodo No 6, Kedung Taman, Kedungwaru	NIB
2	Nicky Cathering	Jl. Pahlawan I No. 1 001/007, Kedungwaru	NIB
3	Telur Asin Awin	Jln Pahlawan No. 58 Gg 3 02/05 Kedungwaru	Perencanaan bisnis (profil usaha)
4	Salad Bu Yuli	RT/RW 01/08 kel. Kedungwaru	NIB, pemasaran digital



No	Nama Usaha	Alamat	Kendala
5	Kerajinan Tangan kain Perca Waru Jaya	RT/RW 01/04 Kel Kedungwaru	NIB
6	Es Teh Jumbo Sisbro	Ds Kedungwaru	NIB
7	Krupuk Sarmier Selera	Dsn Gedung Indah RT/RW 02/02 Kel Kedungwaru	NIB
8	Nasi Goreng Jawa Miroso	Jl. Pahlawan I No. 1 001/007, Kedungwaru	Perencanaan bisnis (profil usaha)

Keberhasilan dalam pelaksanaan Kegiatan Pendampingan Pelaku UMKM di Desa Kedungwaru diketahui telah terselesaikannya permasalahan dari pelaku UMKM masing-masing. Berikut daftar UMKM yang telah dilakukan pendampingan berdasarkan permintaan dari Kelurahan Kedungwaru.

Hasil evaluasi kegiatan dapat disimpulkan bahwa mayoritas UMKM belum memiliki legalitas. Pendampingan oleh mahasiswa dilakukan untuk membantu pelaku UMKM dalam pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) hingga terbit sertifikat NIB oleh Lembaga OSS. Dengan mengurus NIB, usaha menjadi terjamin legalitasnya. Selain itu pengurusan NIB juga menambah peluang usaha, di antaranya fasilitas pembiayaan dari perbankan, peluang mendapatkan pelatihan, juga kesempatan mengikuti pengadaan barang/jasa pemerintah.

Selain itu, pelaku UMKM juga mendapatkan pendampingan dalam perencanaan bisnis yaitu berupa pembuatan profil usaha. Pembuatan profil usaha akan memberi gambaran komprehensif tentang suatu bisnis, yang menunjukkan identitasnya, mulai dari visi, misi, hingga pencapaian. merancang profil secara tepat, perusahaan dapat menciptakan kesan positif dan membangun citra yang kuat di pasar.

Berdasarkan hasil observasi selama proses pendampingan, pelaku UMKM memiliki rasa ingin tahu yang besar terhadap pendampingan ini. Pelaku UMKM menjadi tahu kekurangan apa yang belum dimiliki sehingga bisa memperkuat usaha miliknya. Pendampingan *digital marketing* seperti ini juga tidak semua pelaku UMKM pernah mendapatkan pendampingan seperti ini. Sehingga informasi yang disampaikan para pendamping benar-benar baru dan bermanfaat guna memberikan keuntungan bisnis di kemudian hari.

Berdasarkan dampingan yang diberikan kepada pelaku UMKM ini, upaya revitalisasi di era *new normal* pada masyarakat setelah adanya COVID-19. Dari jumlah pelaku UMKM sebanyak 8 UMKM, hampir 100% sudah terlaksana pendampingan terkait kekurangan yang dibutuhkan untuk bisnisnya. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui adanya peningkatan dalam hal legalitas, profil usaha dan kemampuan *digital marketing* bagi pelaku UMKM Desa Kedungwaru, Tulungagung. Hal tersebut dapat ditegaskan bahwa beberapa usaha yang belum mengurus perizinan akhirnya memiliki perizinan. Selain itu beberapa usaha sudah memiliki profil usaha untuk mengetahui risiko dalam usahanya. Selain itu, pelaku UMKM juga mendapatkan pengetahuan terkait digital marketing sehingga memperluas cakupan pangsa pasar mereka. Menguasai keterampilan digitalisasi pemasaran merupakan upaya melahirkan kembali para pelaku usaha di era *new normal*. Berikut beberapa dokumentasi selama pendampingan kepada pelaku UMKM Desa Kedungwaru.



Gambar 2. Penyerahan NIB



Gambar 3. Pendampingan NIB dan Pembuatan Profil Usaha

No.	No SPPIRT	Nama Branding	Produk Pangan	Wilayah	NIB	Tanggal Pengajuan	Status OSS	Aksi
1.	P-IRT 2053504010807-28 Masa Berlaku: 04-12-2028	KRUPUK SARMIER	Kategori: Tepung dan Hasil Olahannya Jenis: Tapioka/Pati Singkong/Pati Ubi Kayu Kueciaw Kering Kemasan: Plastik Cara Penyimpanan: Di Suhu Ruang	JAWA TIMUR, KAB. TULUNGAGUNG, Kedungwaru	0412230042533	04-12-2023	202312041205463339870 TETAPAN OSS	Aksi

Showing 1 to 1 of 1 entries

Previous 1 Next

Gambar 4. Pendaftaran P-IRT

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagaimana diketahui bahwa Kegiatan Pendampingan Pelaku UMKM Kelurahan Kedungwaru 2023 telah dilaksanakan dengan baik dan lancar. Beberapa kesimpulan dan kegiatan tersebut yaitu:

1. Pelaku UMKM sangat terbantu dalam pengurusan ijin usaha yang selama ini belum dimiliki. Mahasiswa memberikan pendampingan dengan membantu membuat NIB, sehingga usaha yang dimiliki oleh pelaku UMKM mendapatkan legalitas hukumnya
2. Pelaku UMKM didampingi oleh mahasiswa dalam pembuatan profil usaha. Profil usaha akan memberikan gambaran umum kepada pelanggan, masyarakat, investor dan mitra tentang usahanya.
3. Kegiatan pendampingan pelaku UMKM di Desa Kedungwaru ini memberikan dampak positif kepada mahasiswa agar dapat berbaur langsung dengan masyarakat dan menyiapkan untuk terjun ke dunia kerja/usaha setelah lulus ke depannya.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Ainia, D. K. (2020). Merdeka belajar dalam pandangan Ki Hadjar Dewantara dan relevansinya bagi pengembangan pendidikan karakter. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 3(3), 95–101.
- Erawanto, U., Triantoro, M., & Sari, H. P. (2023). Pengembangan Media Pembelajaran dan Angka Kredit bagi Guru. *JANITA: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 3(2), 84–89.
- Erawanto, U., Triantoro, M., Sari, H. P., & Primasari, Y. (2023). Meningkatkan Kemampuan Guru dalam Membuat Modul Pembelajaran. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 136–145.
- Kahfi, A. (2022). Implementasi profil pelajar Pancasila dan Implikasinya terhadap karakter siswa di sekolah. *DIRASAH: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Dasar Islam*, 5(2), 138–151.



- Triantoro, M., & Erawanto, U. (2022). Meningkatkan Kompetensi Guru Berbasis Komunitas bagi MGMP SMP Kota Blitar. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 440–446.
- Triantoro, M., Erawanto, U., & Sari, H. P. (2023). Madrasah Diniyah Learning Patterns: Curriculum Design Studies and Pedagogical Practices. *Al-Hayat: Journal of Islamic Education*, 7(2), 534–543.
- VIYA, H., & Sholikhah, I. (2023). *Analysis Of Teacher Barriers In Implementing Kurikulum Merdeka To Teach English Of Tenth Grade At Sma Al-Azhar Syifa Budi Solo In The Academic Year Of 2022/2023*. UIN Surakarta.
- Kemendikbudristek, “Peran Platform Merdeka Mengajar dalam Implementasi Kurikulum Merdeka,” 2022. <https://kurikulum.gtk.kemdikbud.go.id/detail-ikm/> (accessed May 24, 2022).
- Kemendikbud. (2022). Buku Saku Kurikulum Merdeka; Tanya Jawab. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan, 1–50
- Mulyasa, E. (2021). Menjadi Guru Penggerak Merdeka Belajar (L. I. Darajah (ed.) Pusat Kurikulum dan Pembelajaran, Badan Standar, Kurikulum dan Asesmen Pendidikan, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Buku Saku Tanya Jawab Kurikulum Merdeka. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2022