

Enhancing MSME Competitiveness through the Optimization of Business Legality and Digital Marketing in Jatisobo Village, Karanganyar

Rendi Gunawan¹, Nailahana Huwaida Zahra², Siti Respati³, Rena Poppy Agatha⁴
Meta Ariani⁵, Riswan Darmawan⁶, Vera Diamita Putri⁷, Nur Ayu Melani⁸, Surya
Jatmika⁹ 

¹ Pendidikan Kewarganegaraan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

² Farmasi, Universitas Muhammadiyah Gombong, Indonesia

³ Pendidikan Agama Islam, Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Muhammadiyah Sibolga, Indonesia

⁴ Fisioterapi, IKEST Muhammadiyah Palembang, Indonesia

⁵ Perbankan Syariah, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

⁶ Sastra Inggris, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

⁷ Keperawatan, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

⁸ Pendidikan Agama Islam, Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Muhammadiyah Sibolga, Indonesia

⁹ Pendidikan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

 sj795@ums.ac.id

Abstract

This community service program aims to enhance the understanding of MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) actors in Jatisobo Village, Karanganyar, regarding the importance of business legality through the Business Identification Number (NIB) and the implementation of digital marketing. The activities were carried out in two stages, namely the NIB socialization and digital marketing. In the first stage, participants were given an explanation of business legality and the benefits of NIB, such as ease in managing permits and obtaining legal documents. Following the socialization, three MSMEs requested assistance in the NIB registration process through the Online Single Submission (OSS) platform. The second stage focused on digital marketing education, with the goal of helping MSMEs expand their market reach through online marketplaces. The results showed that most business owners were interested in registering for NIB and began to understand the importance of digital marketing. The assistance in NIB registration was successfully provided, and the participants quickly obtained their NIB documents. This program is expected to encourage the improvement of local MSMEs' capacity and competitiveness.

Keywords: MSMEs; Business Legality; Digital Marketing

Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Optimalisasi Legalitas Usaha dan Digital Marketing di Desa Jatisobo, Karanganyar

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di Desa Jatisobo, Karanganyar, mengenai pentingnya legalitas usaha melalui Nomor Induk Berusaha (NIB) serta penerapan digital marketing. Kegiatan dilaksanakan dalam dua tahap, yaitu sosialisasi NIB dan digital marketing. Pada tahap pertama, peserta diberikan penjelasan mengenai legalitas usaha dan manfaat NIB, seperti

kemudahan dalam mengurus perizinan dan mendapatkan dokumen legal. Setelah sosialisasi, tiga UMKM meminta pendampingan dalam proses pendaftaran NIB melalui platform Online Single Submission (OSS). Tahap kedua sosialisasi berfokus pada edukasi digital marketing, dengan tujuan membantu UMKM memperluas jangkauan pasar melalui marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha tertarik untuk mendaftarkan NIB dan mulai memahami pentingnya peredaran digital. Pendampingan pembuatan NIB berhasil dilakukan, dan para peserta mendapatkan dokumen NIB secara cepat. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM setempat.

Kata kunci: UMKM; Legalitas Usaha; Digital Marketing

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam menopang perekonomian Indonesia, terutama dalam menghadapi krisis ekonomi global. UMKM tidak hanya memiliki peran signifikan dalam mempertahankan stabilitas ekonomi, tetapi juga menjadi sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja, sehingga berkontribusi langsung pada penurunan angka pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat [1]. UMKM merujuk pada usaha yang dijalankan oleh individu atau kelompok masyarakat, baik dalam bentuk usaha perorangan maupun badan usaha. UMKM memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan distribusi pendapatan [2].

Desa Jatisobo, Kecamatan Jatipuro, Kabupaten Karanganyar, merupakan salah satu wilayah dengan jumlah pelaku UMKM yang cukup besar. Namun, sebagian besar pelaku usaha di desa ini masih kurang memahami pentingnya legalitas usaha, terutama dalam hal pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB). Banyak dari mereka beranggapan bahwa proses perizinan usaha rumit dan memakan waktu, sehingga menunda atau bahkan mengabaikan legalitas usaha [3]. Legalitas usaha merupakan hal mendasar yang memberikan perlindungan hukum dan memfasilitasi pengembangan bisnis, termasuk kemudahan akses terhadap pembiayaan, pelatihan, dan dukungan pemerintah [4].

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, telah memperkenalkan sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi secara Elektronik atau Online Single Submission (OSS) sejak 2018. Sistem ini bertujuan untuk menyederhanakan dan mempercepat proses perizinan usaha bagi pelaku UMKM, termasuk di Desa Jatisobo. Melalui OSS, pelaku usaha dapat memperoleh NIB yang berfungsi sebagai identitas resmi perusahaan dan memberikan akses yang lebih luas terhadap berbagai fasilitas bisnis, baik di tingkat nasional maupun internasional [5].

Selain legalitas, pemasaran digital juga menjadi salah satu tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Jatisobo. Mayoritas pelaku usaha masih menggunakan metode pemasaran konvensional seperti dari mulut ke mulut atau media sosial terbatas, seperti grup WhatsApp. Pemanfaatan platform digital yang lebih luas, seperti media sosial dan e-commerce, dapat membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka di era globalisasi ini [6]. Digital marketing mampu mengoptimalkan potensi bisnis UMKM dengan biaya yang lebih efisien dan memberikan peluang untuk berkembang lebih pesat di pasar digital yang terus berkembang [7].

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada tanggal 14-20 Agustus 2024, hambatan utama yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Jatisobo adalah kurangnya

pemahaman terkait manfaat legalitas usaha dan pemasaran digital, serta kerumitan dalam proses pengurusan izin. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan intensif bagi UMKM di desa ini, baik dalam hal optimalisasi pemasaran digital maupun pengurusan legalitas usaha melalui NIB. Inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM sehingga mereka dapat lebih kompetitif dan berkontribusi secara optimal terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

2. Metode

Metode pengabdian masyarakat ini dirancang berdasarkan hasil pengamatan dan survei awal yang dilakukan oleh Kelompok 80 KKN MAs 2024 pada UMKM di Desa Jatisobo, Kecamatan Jatipuro, Kabupaten Karanganyar. Hasil survei menunjukkan bahwa masalah utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah keterbatasan pengetahuan terkait pemasaran digital dan legalitas usaha, khususnya pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB). Oleh karena itu, program pendampingan ini dirancang dalam beberapa tahapan sebagai berikut: (1) Pada tahap persiapan, tim 80 KKN MAs 2024 melakukan survei langsung ke lapangan untuk mengidentifikasi UMKM yang membutuhkan pendampingan. Survei ini mencakup wawancara dengan pelaku usaha dan observasi kondisi operasional mereka, dengan fokus pada aspek legalitas dan pemasaran digital. Setelah itu, tim menyusun undangan dan materi sosialisasi untuk kegiatan pendampingan, serta menentukan UMKM yang bersedia mengikuti program pendampingan, baik dalam pembuatan NIB maupun penerapan digital marketing. (2) Tahap pelaksanaan dilakukan dalam bentuk sosialisasi dan penyuluhan kepada para pelaku UMKM. Kegiatan ini menggunakan metode presentasi langsung dan diskusi interaktif. Pada sesi sosialisasi, peserta diberikan pemahaman tentang pentingnya legalitas usaha melalui NIB, serta manfaatnya dalam mendapatkan perlindungan hukum, kemudahan akses pembiayaan, dan dukungan dari pemerintah. Selain itu, peserta juga mendapatkan edukasi terkait digital marketing, yang meliputi strategi pemasaran melalui media sosial dan marketplace. (3) Pendampingan dilakukan secara intensif kepada UMKM yang telah menyatakan kesediaannya untuk terlibat. Proses pendampingan mencakup dua area utama: pendaftaran legalitas NIB dan penerapan digital marketing. Dalam hal legalitas, tim membantu UMKM melalui proses pendaftaran NIB secara online menggunakan platform Online Single Submission (OSS) yang telah diimplementasikan oleh pemerintah. Pendaftaran ini diikuti dengan penyusunan dokumen-dokumen yang dibutuhkan dan pengisian formulir secara elektronik. Terkait dengan digital marketing tim mendampingi UMKM melakukan pendaftaran pada beberapa platform digital, seperti pembuatan akun email (bagi yang belum memiliki), kemudian pembuatan akun sosial media. Kemudian pendampingan juga tidak hanya mengenai pembuatan akun, tapi juga sampai pada promosi produk. (4) Evaluasi dilakukan melalui pendekatan evaluasi kualitatif. Evaluasi kualitatif dilakukan melalui wawancara kepada para peserta untuk mengukur tingkat kepuasan mereka terhadap program pendampingan dan dampak ekonomi yang dirasakan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan terbagi dalam dua tahap, yaitu sosialisasi Nomor Induk Berusaha (NIB) dan digital marketing. **Tahap pertama** sosialisasi berfokus pada pentingnya legalitas usaha melalui NIB, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku

UMKM di Desa Jatisobo, Kecamatan Musir Lor, Karanganyar. Acara ini dihadiri oleh pelaku usaha setempat, dengan sambutan awal disampaikan oleh Kepala Desa Jatisobo, Bapak Triyono, yang menekankan pentingnya legalitas usaha dalam rangka meningkatkan daya saing UMKM lokal. Kegiatan dihadiri sekitar 17 pelaku UMKM di Desa Jatisobo.

Materi yang disampaikan tim KKN MAs 80 meliputi jenis-jenis legalitas usaha serta manfaat yang dapat diperoleh dari kepemilikan NIB. Manfaat tersebut di antaranya adalah (1) Legalitas usaha, yang memungkinkan pelaku usaha beroperasi secara sah di mata hukum; (2) Fasilitasi penyimpanan data perizinan dalam satu identitas yang terintegrasi; (3) Kemudahan dalam mendapatkan dokumen perizinan lainnya, seperti NPWP dan SIUP; (4) Akses lebih mudah dalam mendapatkan pendanaan serta bimbingan usaha dari pemerintah. Berikut dokumentasi kegiatan sosialisasi tentang NIB maupun digital marketing terdapat pada gambar 1 dan 2.



Gambar 1 dan 2. Penyuluhan NIB dan Digital Marketing

Pada kegiatan sosialisasi ini, terdapat respon positif dari pelaku UMKM, khususnya tiga pelaku usaha yang tertarik untuk langsung mendaftarkan NIB, yaitu pelaku usaha di bidang makanan olahan dan warung kelontong (Tabel 1). Proses pendampingan dilakukan oleh Tim KKN MAs 2024 kelompok 80 melalui platform Online Single Submission (OSS). Selama pendampingan, UMKM mendapatkan penjelasan mengenai kemudahan pembuatan NIB, yang hanya membutuhkan waktu sekitar 30 menit. Beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, antara lain cukup dengan (1) Nomor Induk Kependudukan (NIK); (2) Kartu Tanda Penduduk (KTP); (3) Nomor ponsel aktif yang terhubung WhatsApp.

Tabel 1. Pelaku Usaha yang Berkenan Mendaftarkan NIB

No.	Pelaku usaha	Jenis UMKM
1.	Ibu S*****i	Makanan Olahan
2.	Ibu M*****i	Warung Kelontong
3.	Ibu W*****i	Makanan Olahan

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Jatisobo menunjukkan bahwa sosialisasi mengenai Nomor Induk Berusaha (NIB) dan digital marketing memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM setempat. Program ini berhasil memperkenalkan aspek penting dari legalitas usaha dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai manfaat NIB. Berdasarkan sosialisasi yang dilakukan, terungkap

bahwa mayoritas pelaku UMKM belum memiliki NIB, meskipun mereka telah menjalankan usaha dalam jangka waktu yang lama. Hal ini sejalan dengan temuan dari berbagai penelitian yang menyatakan bahwa banyak UMKM di Indonesia masih belum memahami sepenuhnya pentingnya legalitas usaha dan cenderung merasa bahwa pengurusan perizinan rumit dan memakan waktu.

Adanya pendampingan dalam proses pendaftaran NIB melalui platform OSS terbukti memudahkan para pelaku UMKM untuk memperoleh legalitas usaha mereka. Proses pembuatan NIB yang relatif cepat, yaitu sekitar 30 menit, menjadi salah satu faktor yang mendorong peningkatan minat pelaku usaha dalam mengurus NIB. Hal ini memperkuat pentingnya keberadaan platform digital yang efisien untuk mendorong legalitas usaha. Teknologi digital mempermudah akses perizinan dan meningkatkan partisipasi UMKM dalam kegiatan ekonomi formal [8].

Pada tahap kedua, sosialisasi digital marketing dilakukan untuk membantu UMKM memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan teknologi digital. Materi yang diberikan mencakup pengenalan platform digital, seperti Facebook, Instagram, dan TikTok, yang dapat digunakan untuk promosi produk. Pemaparan juga mencakup strategi pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini, di mana pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen di luar wilayah mereka secara efektif.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum familiar dengan pemasaran digital, namun menunjukkan ketertarikan untuk mulai memanfaatkannya. Setelah dilakukan pendampingan, pelaku UMKM di Desa Jatisobo berhasil membuat akun di beberapa platform digital dan mulai mempromosikan produk mereka secara online. Penggunaan media sosial ini diharapkan dapat meningkatkan omset mereka, sejalan dengan tren pertumbuhan e-commerce yang pesat di Indonesia.

Sosialisasi digital marketing telah berhasil memperkenalkan konsep dan praktik digital marketing kepada para pelaku UMKM di Desa Jatisobo. Sebelumnya, sebagian besar pelaku usaha hanya mengandalkan pemasaran konvensional seperti dari mulut ke mulut atau promosi sederhana melalui grup WhatsApp. Namun, setelah sosialisasi, terdapat peningkatan pemahaman mengenai pentingnya digital marketing untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Beberapa pelaku usaha bahkan mulai mengimplementasikan strategi digital marketing dengan membuat akun media sosial untuk promosi produk, seperti di Facebook dan Instagram. Berikut salah satu dokumentasi pelaksanaan pendampingan digital marketing di salah satu UMKM.



Gambar 3. Pendampingan Tim KKN Mas dalam pembuatan akun Digital Marketing

Pemanfaatan pemasaran digital memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan pasar karena memungkinkan akses terhadap konsumen di luar batas geografis local [9-11]. Dengan demikian, pelatihan dan pendampingan yang diberikan dalam penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran diharapkan dapat meningkatkan keberlanjutan usaha UMKM serta membantu mereka bersaing di pasar yang lebih luas.

Program pendampingan ini juga menghasilkan dampak nyata, di mana tiga UMKM berhasil menyelesaikan proses pendaftaran NIB. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan personal dalam memberikan pendampingan intensif merupakan langkah yang efektif untuk membantu UMKM mengatasi kendala administratif dan teknis yang mereka hadapi. Program ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam meningkatkan jumlah UMKM formal yang memiliki legalitas usaha, yang pada gilirannya akan meningkatkan akses mereka terhadap berbagai bentuk dukungan, seperti pembiayaan, bimbingan usaha, dan akses pasar.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi signifikan dalam membangun kapasitas pelaku UMKM di Desa Jatisobo, terutama dalam hal pemahaman legalitas dan penerapan pemasaran digital. Program ini diharapkan dapat terus berlanjut dan berkembang untuk mendukung UMKM lain dalam meningkatkan daya saing serta memperkuat ekonomi lokal.

4. Kesimpulan

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Jatisobo, Karanganyar ini berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya legalitas usaha melalui Nomor Induk Berusaha (NIB) dan digital marketing. Kegiatan ini terdiri dari dua tahap, yaitu sosialisasi NIB dan digital marketing. Pada tahap pertama, peserta memperoleh penjelasan mendalam tentang legalitas usaha serta manfaat yang didapatkan dari memiliki NIB. Sosialisasi ini menghasilkan minat dari beberapa pelaku UMKM untuk mendaftarkan NIB mereka dengan pendampingan dari tim. Sebanyak tiga UMKM meminta pendampingan dalam proses pengurusan NIB melalui platform OSS, dan dokumen NIB berhasil diterbitkan dalam waktu singkat.

Tahap kedua berfokus pada edukasi digital marketing yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM dengan memanfaatkan teknologi pemasaran digital. Melalui sosialisasi ini, pelaku usaha diajak memahami pentingnya penggunaan digital marketing dan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa penerapan digital marketing dapat membantu UMKM menjual produk mereka ke wilayah di luar desa, bahkan hingga luar kota.

Kesimpulannya, pengabdian ini berhasil mendorong UMKM di Desa Jatisobo untuk lebih memahami pentingnya legalitas usaha dan memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan usaha mereka, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan kapasitas UMKM di masa depan.

Referensi

[1] E. Fitri Zakiyah, A. Bowo Prayoga Kasmoo, and L. Nugroho, "Peran dan Fungsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Memitigasi Resesi Ekonomi Global 2023", *JCI*, vol. 2, no. 4, pp. 1657–1668, Dec. 2022. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i4.4482>

[2] Meida Rachmawati, "Kontribusi Sektor UMKM Pada Upaya Pengentasan

Kemiskinan di Indonesia”, *JESH*, vol. 1, no. 07, pp. 1-13, Feb. 2020. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/86>

[3] M. Nugraheni, R. Y. Prawira W, and H. Maulida, “Pemahaman dan Pendampingan Permohonan Izin Usaha Mikro dan Kecil Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecamatan Secang Kabupaten Magelang”, *Jurnal Education and Development*, vol. 9, no. 4, pp. 375-379, Nov. 2021. <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/3190>

[4] R. Rohama, M. Melviani, A. H. U. Tumanggor, L. S. A. Shinta, and G. R. Jannah, “Peningkatan Pengetahuan Tentang Konsep Dasar UMKM dan Legalitas Usaha.” *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, vol. 4, no. 4, pp. 265-276, 2023. <https://icsejournal.com/index.php/JPKMI/article/view/700>

[5] D. Trianingsih, K. Asmara, and A. Bachtiar, “Pendampingan Legalitas Usaha Menuju UMKM Naik Kelas di Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya.” *Journal of Human and Education (JAHE)*, 4(4), 383-391, 2024. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i4.1161>

[6] B. Ulum, M. Hasib, A. A. Djatmiko, D. A. Rahayu, and P. Suseno, “Pendampingan UMKM dalam Mengembangkan Strategi Pemasaran Produk pada Media Sosial dan Platform E-Commerce”, *JILPI*, vol. 1, no. 4, pp. 623–634, Jun. 2023. <https://doi.org/10.57248/jilpi.v1i4.205>.

[7] N. Nuraisyah, D. Haryono, and L. Lutfiani, “Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda Dan Pemula)”, *SIKEMAS*, vol. 2, no. 2, pp. 63–78, Aug. 2023. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS/article/view/1285>

[8] B. Rahardjo, K. Ikhwan, and A. K. Siharis, “Pengaruh Financial Technology (Fintech) terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang”. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2019*, pp. 347-356, 2019.

[9] E. Adinda, W. Primandhana, and S. Sishadiyati, “Pemanfaatan Media Digital dalam Meningkatkan Pemasaran dan Pertumbuhan UMKM Desa Karang Kabupaten Jombang”, *JIWP*, vol. 9, no. 21, pp. 304-313, Nov. 2023. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10076990>

[10] Nurjanah, Nurjanah, et al. “Pelatihan Dan Pendampingan Untuk Meningkatkan Potensi Usaha Mikro, Kecil, Dan Mengengah (UMKM) Di Kelurahan Sawitan.” *Warta LPM*, July 2024, pp. 172–84. journals2.ums.ac.id, <https://doi.org/10.23917/warta.v27i2.2826>.

[11] Herawati, Vita Dian, et al. “Increasing the Revenue Through Digital Marketing: A Lesson Learned from a Small Business Enterprise Run by Volunteers of Community with Disability.” *Journal of Community Services and Engagement: Voice of Community (VOC)*, vol. 2, no. 2, 2022, pp. 7–19. journals2.ums.ac.id, <https://doi.org/10.23917/voc.v2i2.1521>.

Satuan

Satuan harus menggunakan **Satuan Internasional**.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
