

Edukasi Kewirausahaan tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Kelurahan Bantargebang, Bekasi

by Della Arianni Syafitri

Submission date: 29-Aug-2024 09:22AM (UTC+0700)

Submission ID: 2440173627

File name: ntang_pentingnya_adaptasi_digital_dan_legalitas_usaha_di_UPB.pdf (845.66K)

Word count: 2420

Character count: 15384



Edukasi Kewirausahaan tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Kelurahan Bantargebang, Bekasi

Entrepreneurship Education About The Importance Of Digital Adaptation and Business Legality In Bantargebang District, Bekasi

Della Arianni Syafitri¹, Fitri Wulandari², Novi Fitria Hermiati³, Zulfa Zakiatul Hidayah⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Email : dellasyrf26@gmail.com¹, fitriwull281101@gmail.com², novi_fitria@pelitabangsa.ac.id³, zulfazakiatul23@pelitabangsa.ac.id⁴

Article History:

Received: Juni 19, 2024;

Revised: Juli 25, 2024;

Accepted: Agustus 27, 2024;

Published: Agustus 29, 2024;

Keywords:

Economy,
Digital Era,
Business Legality,
QRIS,
Marketing.

Abstract:

There is no doubt that micro, small and medium enterprises (MSMEs) have become an important part of the Indonesian economy. However, they still face several challenges, such as not having a business legality and a lack of ability to take advantage of online sales opportunities. This study aims to identify the elements that influence the growth of MSMEs, with an emphasis on the importance of business legality and the use of social media for online sales. The approach using socialization to the community is used to provide an understanding of the benefits of business legality and online sales strategies. The results of the study indicate that having a business legality can provide better access to government guidance and bank credit. entrepreneurship education in Bantargebang Village, Bekasi City, which emphasizes the importance of digital adaptation and understanding business law Alignment of technology in the digital era.

Abstrak

Tidak diragukan lagi, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah menjadi bagian penting dari ekonomi Indonesia. Namun, mereka masih menghadapi beberapa tantangan, seperti tidak memiliki legalitas usaha dan kurangnya kemampuan untuk memanfaatkan peluang penjualan online. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi unsur-unsur yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM, dengan penekanan pada pentingnya legalitas usaha dan pemanfaatan media sosial untuk penjualan online. Pendekatan menggunakan cara sosialisasi kepada masyarakat digunakan untuk memberikan pemahaman tentang manfaat legalitas usaha dan strategi penjualan online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa memiliki legalitas usaha dapat memberikan akses yang lebih baik ke pembinaan pemerintah dan kredit perbankan. edukasi kewirausahaan di Kelurahan Bantargebang, Kota Bekasi, yang menekankan pentingnya adaptasi digital dan memahami hukum bisnis Penyelarasan teknologi di era digital.

Kata Kunci: Ekonomi, Digital Era, Legalitas Usaha, QRIS, Pemasaran.

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia UMKM terbukti berperan dalam mengatasi masalah ekonomi yang terjadi, di masa krisis masih dapat bertahan ketika para perusahaan besar mengalami kesulitan selain itu UMKM pun menjadi sektor yang mampu meningkatkan Pendapatan per kapita atau Produk Dometik Bruto (PDB) Masyarakat (Khakim, 2022). Pada era sekarang ini, para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) harus dapat memanfaatkan media digital dalam pemasaran produknya agar konsumen bisa lebih mengenal produk UMKM yang dihasilkan (Susanti, 2020).

Pendampingan Manajemen bisnis umumnya bertujuan untuk membantu UMKM dalam meningkatkan pengelolaan bisnis, meningkatkan strategi pemasaran produk dan volume penjualan serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas produksi mereka. Hal ini dapat meliputi peningkatan kualitas produk, pengurangan biaya produksi, peningkatan produktivitas, pengenalan teknologi baru, serta pengembangan strategi penjualan (Dessyarti et al., 2022). Pendampingan produksi juga dapat membantu UMKM dalam memperbaiki proses produksi yang kurang efektif, menemukan kekurangan dalam proses produksi dan memberikan solusi untuk mengatasinya, serta membantu dalam mencari pemasok bahan baku yang lebih terjangkau dan berkualitas (Soleha et al., 2024).

Penggunaan media sosial sebagai media promosi sangatlah penting bagi peningkatan pemasaran produk (UMKM) usaha kuliner dalam pemasaran secara online khususnya usaha-usaha kuliner yang tergolong relatif masih kecil. (Shanti Meyske Karim et al., 2022). Hal ini meliputi pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha Bagi UMKM), Sertifikat Halal, Qris, Tiktok Shop, Shopee Shop. Pendampingan manajemen bisnis dan digital marketing umumnya dilakukan oleh konsultan atau ahli yang memiliki pengalaman dalam bidang tersebut.

Technopreneurship atau kewirausahaan berbasis teknologi akan menggabungkan teknologi dengan pengetahuan inovatif yang dimiliki oleh para pemimpin teknologi. Penggunaan teknologi terbaru dengan tepat dalam mengembangkan usaha yang didasarkan pada semangat kewirausahaan yang matang akan meningkatkan efisiensi dan hasil dari bisnis yang sedang dikembangkan (Rustianah et al., 2024).

Berdasarkan permasalahan diatas, diperlukan sebuah kegiatan untuk memberikan bimbingan kepada pelaku usaha agar dapat mengetahui dan memahami kewirausahaan adalah bukan harus memulai suatu usaha dan mengelola usaha dengan baik dengan kata lain harus memiliki usaha, akan tetapi juga mampu menjawab tantangan-tantangan dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Selain itu, pelaku usaha diharapkan mampu memanfaatkan perkembangan teknologi informasi melalui praktik digital marketing untuk mendukung pengembangan bisnisnya.

Penerapan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)

QRIS adalah standarisasi kode QR untuk sistem pembayaran yang diluncurkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2019. Tujuan utama QRIS adalah untuk mempermudah, mempercepat, dan menyatukan berbagai metode pembayaran digital di Indonesia dalam satu platform yang dapat digunakan oleh berbagai penyedia layanan pembayaran (PSP).

Keberadaan QRIS sangat mendukung proses transaksi pedagang dan menjaga keamanan pendapatan. Meningkatnya pendapatan harian para pedagang UMKM disebabkan keberadaan QRIS. Peningkatan pendapatan yang terjadi sekitar 5-10 % dalam sehari bagi beberapa pedagang. Selain itu ada pedagang yang mengalami kenaikan pendapatan saat hari Sabtu dan Minggu saat menggunakan QRIS. Kenaikan pendapatan ini akan meningkatkan inklusi keuangan pada pedagang UMKM dan perekonomian digital negara (Sihaloho et al., 2020).

Legalitas Usaha

Setiap pelaku bisnis harus memperhatikan legalitas usaha. Memenuhi regulasi yang berlaku dan memiliki izin melindungi bisnis dari masalah hukum dan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mitra bisnis. Bergantung pada jenis bisnis yang dijalankan, legalitas usaha mencakup berbagai dokumen dan izin, seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), dan izin khusus lainnya. Bisnis dapat beroperasi dengan lebih aman dan profesional jika ada legalitas yang jelas.

Selain itu, permasalahan lain ialah terkait legalitas usaha yang belum dimiliki UMKM. Untuk dapat memiliki daya saing tentunya pelaku usaha harus memiliki terlebih dahulu legalitas usahanya. Salah satu perizinan atau legalitas dalam sebuah usaha adalah Nomor Induk Berusaha. Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan tanda pengenal bagi para pelaku usaha, baik usaha perseorangan maupun non perseorangan. Dengan memiliki izin usaha, usaha kecil dan menengah akan memiliki perlindungan hukum untuk mendirikan dan beroperasi, selain itu nomor izin usaha ini dapat diperoleh secara langsung, bantuan pengesahan dari pemerintah dan juga sebagai tanda bahwa bisnis tertarik pada pemerintah. melalui pendaftaran akun Online Single Submission (OSS). (Maria et al., 2023)

Pemasaran Digital

Kemajuan teknologi, baik di bidang komputasi maupun telekomunikasi, sangat mendukung perkembangan teknologi Internet. Pada Revolusi Industri 4.0, saluran pemasaran digital menjadi landasan yang mampu mendukung proses bisnis dan interaksi bisnis pada usaha kecil dan menengah. Ada banyak platform saluran pemasaran digital yang bisa kita pilih untuk disesuaikan dengan bisnis yang dimiliki masing-masing UMKM. (Masyarakat et al., 2023). Di tengah persaingan yang semakin ketat, strategi utama untuk menarik dan mempertahankan pelanggan adalah pemasaran digital. Penawaran barang atau jasa melalui penggunaan berbagai platform online, seperti media sosial, website, email marketing, dan iklan digital, dikenal sebagai pemasaran digital.

Dampak positif yang dirasakan paling kuat dan langsung oleh para UMKM adalah penghasilan mereka bertambah, produk mereka dikenal masyarakat luas, dan memudahkan mereka untuk mendapatkan pelanggan baru baik dalam kota maupun luar kota bahkan luar pulau Jawa. Bahkan efek lainnya ialah mampu mengurangi biaya promosi dikarenakan mempromosikan produk di digital marketing tidak ada biaya atau gratis. Selain dampak positif sudah pasti ada dampak negative dalam pemanfaatan digital marketing, dampak negative dari digital marketing adalah adanya kompetisi yang sangat meningkat (Martin Kobar & Fitri Nur Masyuriyah, 2022).

2. METODE

Kegiatan ini dilakukan oleh UMKM Bantargebang dilakukan dengan cara pendampingan pada pelaku UMKM di Kecamatan Bantargebang yang menjual berbagai produk yang berlokasi Jl. Raya Narogong, Km. 11 Bantargebang, Kota Bekasi tepatnya di RW 02. Dalam mencapai tujuan untuk memberikan pendampingan dan konsultasi karena awamnya pengetahuan para pelaku UMKM tentang qris, legalitas, dan pemasaran digital, kita mengadakan sosialisasi sebagai solusi dari permasalahan tersebut.

Pendampingan dan konsultasi perihal tinjauan secara menyeluruh dan inovasi strategi UMKM: Tantangan, Peluang, dan Strategi dalam Ekonomi di Era Digital maka pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan dan metode. Tahap awal kami melakukan perisapan berupa survey permasalahan yang dihadapi dan kebutuhan yang memang dianggap menjadi urgenitas dalam melakukan ini, setelah itu kami Analisa permasalahannya dan mencari solusi yang tepat untuk permasalahan yang dihadapi pelaku usaha sehingga dapat dirasakan hasilnya.

Selanjutnya dilakukan persiapan materi dan edukasi yang tepat untuk disampaikan. Pada tahap pelaksanaan, kami melakukan metode peluang dan strategi adaptasi pada pelaku usaha seputar apa yang dimaksud dan memberikan pemahaman tentang ekonomi di era digital selanjutnya metode diskusi memberikan kesempatan untuk saling bertukar pikiran akan kasus-kasus di lapangan yang sering dihadapi, selanjutnya metode tutorial atau didampingi langsung pengaplikasiannya di lapangan. Setelah tahap pendampingan tersebut, para mitra sudah memahami proses pengaplikasian QRIS, pentingnya NIB (Nomor Izin Berusaha) dan Legalitas Usaha, serta pentingnya Pemasaran Digital.

3. HASIL

Kegiatan ini dilakukan secara langsung di RW 02 kelurahan bantargebang pada tanggal 8 Agustus 2024. Kami memberikan pendampingan sekaligus sosialisasi langsung mengenai penerapan qris, pentingnya legalitas usaha, dan pemasaran digital. Kegiatan ini dihadiri langsung oleh Mitra di sekitar RW 02 kelurahan bantargebang. Pelaksanaan ini bertema “Transformasi Digital UMKM: Penerapan QRIS, Pemasaran Digital dan Legalitas Usaha”. Kegiatan ini ditujukan untuk pelaku bisnis dalam meningkatkan peluang bisnis, tantangan, serta strategi penjualannya. Hasil yang dicapai pada kegiatan ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Pelaksanaan Tinjauan Komprehensif dan Inovasi Strategi UMKM

Keterangan	Sebelum	Sesudah
Melalui survei tersebut, dapat terkumpul data baik dalam bentuk angka maupun pendapat atau persepsi dari responden. Data kuantitatif dapat berupa jumlah UMKM di RW 02 Kelurahan Bantargebang. Sementara data kualitatif dapat berupa tanggapan atau saran dari pelanggan tentang perbaikan yang dapat dilakukan atau fitur baru yang diinginkan.	-	✓
Berdasarkan temuan dari survei, Para UMKM di RW 02 Kelurahan Bantargebang sudah memiliki metode pembayaran QRIS, NIB serta legalitas usaha sampai strategi pemasaran digital yang lebih efektif.	-	✓
Dengan menganalisis data yang terkumpul, dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya pembayaran dan pemasaran digital, serta pentingnya legalitas usaha yang harus dimiliki oleh para UMKM di RW 02 Kelurahan Bantargebang. Hal ini dapat membantu untuk meningkatkan para UMKM Bantargebang.	-	✓

Hasil akhir dari survei ini adalah pemahaman mendalam tentang pentingnya pembayaran dan pemasaran digital, serta pentingnya legalitas usaha yang harus dimiliki oleh para UMKM serta peningkatan keterlibatan pelanggan di era digital ini.

Tabel 2. Agenda kegiatan yang telah dilaksanakan

NO	JAM	ACARA
1	13.00 – 13.10	Pembukaan
2	13.10 – 13.30	Sambutan
3	13.30 – 14.00	Penyajian Materi: Penerapan QRIS
4	14.00 – 14.30	Penyajian Materi: Legalitas Usaha
5	14.30 – 15.00	Penyajian Materi: Pemasaran Digital
6	15.00 – 15.20	Tanya Jawab
7	15.20 – 15.50	Pendaftaran QRIS
8	15.50 – 16.00	Penutup



Gambar 1. Penyajian materi mengenai Penerapan QRIS



Gambar 2. Penyajian materi mengenai Legalitas Usaha



Gambar 3. Penyajian materi mengenai Pemasaran Digital



Gambar 4. Pendaftaran QRIS bersama warga



Gambar 5. Foto bersama Peserta Sosialisasi mengenai Transformasi Digital UMKM: Penerapan QRIS, Pemasaran Digital dan Legalitas Usaha.

4. KESIMPULAN

Seperti yang ditunjukkan oleh Sosialisasi Kepada Masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa mitra UMKM di Bantargebang, Bekasi, membutuhkan pelatihan strategi manajemen untuk menghadapi era digital. Analisis PEST (politik, ekonomi, sosial, dan teknologi), analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dan strategi 4P (produk, harga, tempat, dan promosi) adalah semua strategi pemasaran dan keuangan yang tepat yang harus dibahas dalam pelatihan ini. Untuk membantu mereka meningkatkan nilai UMKM dan bersaing dengan bisnis kuliner lainnya, mereka juga harus dilatih dalam pengelolaan keuangan dasar. Secara

keseluruhan, sosialisasi yang efektif mengenai NIB, legalitas produk, dan QRIS berperan penting dalam mendukung kepatuhan hukum, mempermudah proses bisnis, dan meningkatkan efisiensi transaksi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan Sosialisasi Kepada Masyarakat ini tidak akan berhasil jika semua orang bekerja sama. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua orang yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam masalah ini. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada mitra UMKM dan karyawan yang telah membantu dan mendukung kegiatan ini. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan dosen yang telah setia membantu tim Sosialisasi ini dari awal hingga akhir. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pelita Bangsa atas bantuan mereka, yang telah memastikan bahwa kegiatan ini berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Dessyarti, R. S., Perdana, R. A., & Violita, C. (2022). Pendampingan manajemen usaha UMKM Carang Mas “Bu Yanti” menuju pemulihan ekonomi nasional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Borneo*, 6(2), 93–100. <https://doi.org/10.35334/jpmb.v6i2.2527>
- Karim, S. M., Pakaya, A. R., & Radji, L. (2022). Peran media sosial dalam pemasaran produk UMKM Tinelo Putri di Desa Popalo Kabupaten Gorontalo Utara Kecamatan Angrek. *Jurnal Jambura*, 5(2), 576–582. <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Khakim, M. A. (2022). *Jurnal Abdidas*, 3(3), 525–530.
- Kobar, A. M., & Masyuriyah, A. F. N. (2022). Pemanfaatan digital marketing dalam mempromosikan dan meningkatkan daya saing. *Abdima: Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 1135–1139.
- Maria, F., Hariroh, R., Muhammad, I., Putra, M., Cahya, A., Rustamaji, P., & Hermiati, N. F. (2023). Sosialisasi knowledge management dan legalitas usaha pada pelaku UMKM Desa Jatimulya Tambun Selatan. *Abdi Dosen Dan Manajemen*, 1(1), 58–62.
- Masyarakat, J., Nusantara, M., Desember, N., Hidayah, Z. Z., Soleha, E., Maria, F., Hariroh, R., Syahwildan, M., & Isarianto, I. (2023). Pendampingan dan konsultasi manajemen bisnis dan keuangan UMKM dengan digitalisasi Industry 4.0. *Universitas Pelita Bangsa*, 2(4).
- Rustianah, R., Hariroh, F. M. R., Soleha, E., & Hidayah, Z. Z. (2024). Pengembangan strategi bisnis UMKM berbasis digital untuk membangun mental technopreneur. *Lentera Pengabdian*, 2(1), 24–28.
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi sistem pembayaran

Quick Response Indonesia Standard bagi perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297.

Soleha, E., Hidayaty, D. E., Permana, I., & Hidayah, Z. Z. (2024). Pendampingan manajemen bisnis dan digital marketing bisnis pada usaha bakery “Byfa Cake.” *Lentera Pengabdian*, 2(1), 88–93.

Susanti, E. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>

Edukasi Kewirausahaan tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Kelurahan Bantargebang, Bekasi

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.stie-aas.ac.id Internet Source	1%
2	prin.or.id Internet Source	1%
3	repository.ung.ac.id Internet Source	1%
4	journal-nusantara.com Internet Source	1%
5	pustakadigitalindonesia.blogspot.com Internet Source	1%
6	fkip.undana.ac.id Internet Source	1%
7	sah.co.id Internet Source	1%
8	kc.umn.ac.id Internet Source	1%
9	Candra Puspita Rini, Saktian Dwi Hartantri, Aam Amaliyah. "Analisis Kemampuan Literasi	1%

Sains Pada Aspek Kompetensi Mahasiswa
PGSD FKIP Universitas Muhammadiyah
Tangerang", JURNAL PENDIDIKAN DASAR
NUSANTARA, 2021

Publication

10 lintar.untar.ac.id 1 %
Internet Source

11 sb-bookmarking.com 1 %
Internet Source

12 pt.scribd.com 1 %
Internet Source

13 e-biblio.univ-mosta.dz 1 %
Internet Source

14 es.scribd.com 1 %
Internet Source

15 v-liver.blogspot.com 1 %
Internet Source

16 www.industry.co.id 1 %
Internet Source

17 Uswatun Hasanah, Rafles Abdi Kusuma.
"OPTIMALISASI PERAN INKUBATOR BISNIS
DALAM MENGEMBANGKAN EKOSISTEM
STARTUP DIGITAL LOKAL", JURNAL DIALOKA:
Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah dan
Komunikasi Islam, 2024 <1 %
Publication

18	en.indonetwork.co.id Internet Source	<1 %
19	journal.aritekin.or.id Internet Source	<1 %
20	journal.unifa.ac.id Internet Source	<1 %
21	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
22	www.scilit.net Internet Source	<1 %
23	archive.org Internet Source	<1 %
24	baixardoc.com Internet Source	<1 %
25	investor.id Internet Source	<1 %
26	journal.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
27	mainsaham.id Internet Source	<1 %
28	Meilya Suzan Triyastuti, Daniel H. Ndahawali, Hetty M. P. Ondang. "STRATEGI PEMASARAN PRODUK IKAN CAKALANG ASAP (STUDI	<1 %

KASUS: UKM FROZEN SEAS)", PELAGICUS, 2021

Publication

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Edukasi Kewirausahaan tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Kelurahan Bantargebang, Bekasi

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9
