

Pendampingan Aspek Legalitas Usaha dan Pemasaran Menuju UMKM Naik Kelas Pada Kecamatan Genteng Surabaya

Unsiyah Zulfa Ulinnuha¹, Jojok Dwiridotjahjono²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

unsiyahzulfa043@gmail.com¹, dwiridotjahjono_jojok@upnjatim.ac.id²

ABSTRACT

This article will describe the Assistance with Business Legality and Marketing Aspects towards Upgrading MSMEs in Genteng District, Surabaya. The aim of this mentoring activity is to help and facilitate MSMEs, especially aspects of business legality and product marketing. The method used is participatory and descriptive with literature study. The results of this mentoring activity show the importance of the mentor's role in facilitating MSME actors in aspects of business legality and product marketing.

Keywords : *Business Legality Aspects, Marketing, UMKM Upgrade.*

ABSTRAK

Tulisan ini akan mendeskripsikan Pendampingan Aspek Legalitas Usaha dan Pemasaran Menuju UMKM Naik Kelas Pada Kecamatan Genteng Surabaya. Tujuan dari kegiatan Pendampingan ini adalah untuk membantu dan memfasilitasi UMKM khususnya aspek legalitas usaha dan pemasaran produk. Metode yang digunakan adalah partisipatif dan deskriptif dengan studi literatur. Hasil dari kegiatan pendampingan ini menunjukkan pentingnya peran pendamping dalam memfasilitasi pelaku UMKM pada aspek legalitas usaha dan pemasaran produk.

Kata kunci : *Aspek Legalitas Usaha, Pemasaran, UMKM Naik Kelas.*

PENDAHULUAN

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM dapat dipahami sebagai suatu jenis usaha yang dijalankan oleh rumah tangga, organisasi, atau perorangan. UMKM bergerak dalam perekonomian nasional dengan tujuan memajukan masyarakat, khususnya di bidang perekonomian. Fungsi UMKM adalah menyediakan alat untuk menyamakan kedudukan bagi usaha skala kecil. Hal ini secara tidak langsung membantu mengentaskan kemiskinan di Indonesia karena dapat menyerap banyak energi pada tingkat pekerjaan yang relatif tinggi. Selain itu, UMKM berkontribusi terhadap pertumbuhan lapangan kerja.

Sebelum adanya pandemi Covid-19, khususnya pada tahun 2020–2021, kondisi UMKM lokal sempat terpuruk. Berdasarkan data survei UNDP dan LPEM UI terhadap 1.180 responden yang merupakan pelaku UMKM, saat itu lebih dari 48% UMKM melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku, 77% melaporkan penurunan pendapatan, 88% melaporkan penurunan permintaan produk, dan bahkan 97% melaporkan penurunan nilai suatu aset. Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), program Bangga Buatan Indonesia (BBI), dan UU Cipta Kerja serta peraturan pelaksanaannya merupakan contoh kebijakan strategis yang dilakukan pemerintah.

Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan identitas pelaku usaha yang diterbitkan oleh pemerintah melalui sistem Online Single Submission (OSS). NIB dikhususkan sesuai dengan output produk atau jasa yang dihasilkan. NIB memiliki 13 digit angka acak yang dilengkapi dengan pengamanan dan tanda tangan elektronik. Selain dijadikan sebagai identitas, NIB memiliki fungsi lain seperti Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impir (API), Akses Kepabeaan, dan kerap kali dijadikan sebagai syarat mendapatkan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan Serifikat Halal.

Saat ini teknologi digital sangat berkembang dengan pesat serta manfaat teknologi digital dirasakan sangat signifikan bagi pemakainya. Semua orang banyak yang memanfaatkan teknologi digital dengan kebutuhan mereka masing-masing. Saat ini pelaku UMKM juga menggunakan internet untuk melakukan promosi dan memasarkan produknya. Dengan adanya teknologi ini dapat membantu para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara luas karena setiap orang dapat melihat produk melalui aplikasi seperti, Gofood, Grabfood, Shopeefood dan E-Peken.

Pada kegiatan pendampingan ini difokuskan untuk membantu pelaku UMKM di wilayah Kecamatan Genteng Surabaya. Dengan melakukan sosialisasi dan pendampingan ke pelaku UMKM secara langsung. Memberikan edukasi mengenai pentingnya legalitas usaha khususnya Nomor Induk Berusaha (NIB) dan pemasaran. Dan memfasilitasi pelaku UMKM dengan membuat Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi pelaku UMKM yang belum memiliki NIB serta membantu pelaku UMKM untuk bergabung di E-Commerce.

TINJAUAN LITERATUR

Pendampingan UMKM

Pendampingan UMKM merupakan orang yang melakukan pendampingan kepada UMKM untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka dan meningkatkan keuntungan yang diperoleh. Menurut Deptan, pendampingan adalah kegiatan dalam pemberdayaan masyarakat dengan menempatkan tenaga pendamping yang berperan sebagai fasilitator, komunikator dan dinamisator. Pendampingan pada umumnya merupakan upaya untuk mengembangkan masyarakat diberbagai potensi yang dimiliki oleh masing-masing masyarakat untuk menuju kehidupan yang lebih baik dan layak. Selain itu pendampingan berarti bantuan dari pihak lain yang sukarela mendampingi seseorang ataupun dalam kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan pemecahan masalah dari masing-masing individu maupun kelompok.

Legalitas Usaha

Legalitas usaha merupakan bentuk standarisasi yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha. Pelaku usaha harus memenuhi syarat tersebut guna dapat bersaing di era pasar bebas. Tuntutan ini menjadi masalah karena tidak sedikit pelaku usaha tidak memiliki legalitas usaha. Izin usaha merupakan suatu bentuk dokumen resmi dari instansi berwenang yang menyatakan sah/dibolehkannya seseorang atau badan untuk melakukan suatu usaha atau kegiatan tertentu.

UMKM

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, tentang UMKM menyebutkan bahwa UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh orang seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Meskipun kecil UMKM telah terbukti mampu mendorong kemajuan ekonomi Negara dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan pengertian UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Skala omzet bukan menjadi patokan sebuah usaha dan dapat dikatan naik kelas. Selain omzet banyak aspek yang perlu dimiliki oleh pelaku usaha untuk menjadi UMKM naik kelas. Aspek-aspek dapat diukur yaitu, skala, pola pikir dan cara pandang, budaya inovasi, kepemimpinan, manajemen sumber daya manusia, legalitas dan kepatuhan, manajemen keuangan. Manajemen tanggung jawab sosial, manajemen operasional, pemasaran, pemahaman industri dan pasar, manajemen rantai pasok.

PEMASARAN

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pendampingan ini adalah partisipatif dan deskriptif dengan studi literatur. Metode partisipatif merupakan istilah umum yang menggambarkan pendekatan penilaian yang melibatkan pihak non-ilmuwan, seperti pengambil kebijakan, pemangku kepentingan, atau bahkan masyarakat awam yang berperan aktif. Metode deskriptif dengan mengumpulkan, mengidentifikasi, menyusun, dan menganalisis data yang ditemukan. Metode studi literatur yang digunakan dengan model review yaitu narrative review dengan membandingkan data dari beberapa jurnal yang telah dianalisis serta dirangkum. Adapun tahap-tahap yang dilakukan dalam melaksanakan kegiatan ini, antara lain :

1. Observasi

Tahap awal kegiatan pendampingan ini melakukan observasi. Selain observasi, melakukan wawancara dengan pelaku UMKM Kecamatan Genteng. Pendataan dilakukan secara langsung dengan mendatangi alamat pelaku UMKM. Setelah dilakukan pendataan dari 20 UMKM ada yang belum memiliki NIB.

2. Sosialisasi pentingnya NIB dan Pemasaran

Memberikan edukasi dan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya NIB dan pemasaran bagi pelaku usaha. Menawarkan untuk dibantu dalam proses pendaftaran melalui website resmi Online Single Submission (OSS) bagi UMKM

yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan menawarkan untuk bergabung pada *E-Commerce*.

3. Pelaksanaan kegiatan pendampingan

Rangkaian kegiatan yang dilakukan adalah mensosialisasikan NIB, pendampingan pembuatan NIB dan pemasaran produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pendampingan UMKM yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dilaksanakan pada tanggal 16 Februari-30 Juni 2024. Kegiatan dilakukan secara langsung dengan terjun ke lapangan dengan mengunjungi alamat pelaku usaha. Kegiatan yang dilakukan yaitu melakukan kunjungan secara *door to door* dengan mengunjungi rumah pelaku usaha. Dengan melakukan pengenalan, pemberian pemahaman ke pada UMKM mengenai Nomor Induk Berusaha (NIB) dan pemasaran produk, membuatkan NIB, serta membantu dalam pemasaran produk pelaku UMKM.

Tugas pertama yang dilakukan adalah mengunjungi ke-20 rumah pelaku UMKM untuk mendata mengenai data diri dan data usaha. Setelah mendapatkan 20 data UMKM dikelompokkan berapa UMKM yang sudah memiliki legalitas dan berapa UMKM yang belum memiliki legalitas. Membantu UMKM yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk di daftarkan usaha nya dengan menambahkan KBLI lalu menerbitkan di Website OSS. Selanjutnya, melakukan fasilitasi halal kepada pelaku UMKM Kecamatan Genteng. Melakukan kegiatan fasilitasi secara kolektif di balai rw dan kelurahan. Penulis membantu membuatkan akun halal pada website SiHalal, dan mencatat bahan produk dan cara pembuatan produk pada excel.

Pada aspek pemasaran pendampingan dilakukan dengan membantu pelaku UMKM dengan membuatkan logo, daftar menu, pamflet dan penambahan alamat usaha di google maps. Dari ke-20 UMKM yang penulis dampingi beberapa UMKM sudah ada yang mempunyai logo, daftar menu, pamflet serta alamat usahanya telah tercantum pada google maps. Penulis menawarkan kepada pelaku UMKM terlebih dahulu, jika pelaku UMKM berkenan dibantu untuk dibuatkan logo, daftar menu, pamflet dan penambahan alamat usaha maka akan dibuatkan.

Berikut adalah tabel hasil sebelum dilakukannya pendampingan:

Nomor Induk Berusaha (NIB)	Pemasaran
<ul style="list-style-type: none">• 16 UMKM telah memiliki NIB• 4 UMKM belum memiliki NIB	<ul style="list-style-type: none">• 9 UMKM telah terdaftar di <i>E-Commerce</i>• 11 UMKM belum terdaftar pada <i>E-Commerce</i>

Setelah dilakukan pendampingan mendapatkan hasil sebagai berikut:

Nomor Induk Berusaha (NIB)	Pemasaran
<ul style="list-style-type: none">• 4 UMKM telah memiliki NIB	<ul style="list-style-type: none">• 11 UMKM memilih untuk dibuatkan logo, daftar menu,

	pamflet, dan menambahkan alamat di google maps.
--	---

Terdapat 20 UMKM dan sebagian besar pelaku UMKM sudah paham mengenai legalitas dan pemasaran. Melalui MSIB Batch 6 mahasiswa magang Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya membantu mendampingi pelaku UMKM dengan memberikan edukasi mengenai pentingnya legalitas dan manfaat pemasaran terutama melalui *E-Commerce*. Berikut penjelasan dari tugas-tugas tersebut:

1. Penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Gambar 1. Pemilihan Bidang Usaha

Bagi UMKM yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan membuat akun melalui website Online Single Submission (OSS). Selanjutnya, mengisi bidang usaha sesuai dengan kode KBLI.

Gambar 2. Tambah Data Usaha Perseorangan

Setelah mengisi bagian bidang usaha langkah selanjutnya adalah mengisi data usaha yang diminta pada website OSS.

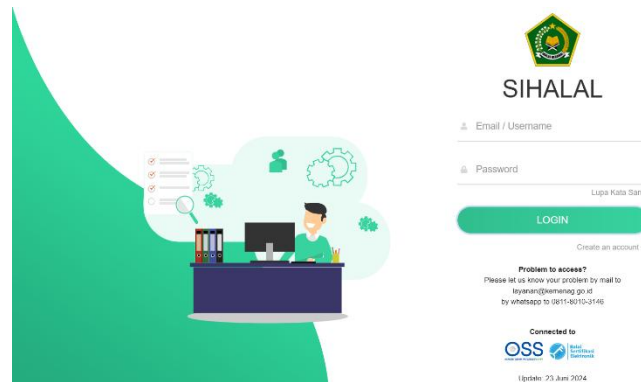


Gambar 3. Dokumen Penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Setelah semua syarat terisi maka NIB sudah terbit dan dapat di download bukti penerbitannya. Kegiatan ini dilakukan sampai ke-20 UMKM tersebut memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB).

2. Pengurusan Sertifikat Halal

Pada website SiHalal pendamping melakukan kegiatan proses pengajuan sertifikat halal bagi pelaku UMKM dengan produk makanan dan minuman. Untuk melakukan pengajuan ini pelaku UMKM wajib memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Tahap awal penulis membuat akun halal bagi pelaku usaha, setelah membuat akun penulis akan menginput data yang diperlukan untuk proses pengajuan sertifikat halal. Setelah semua proses dan data yang telah terinput pada website sihalal, penulis dan pelaku UMKM hanya perlu menunggu paling cepat satu minggu dan paling lama 3 bulan sertifikat halal terbit.



Gambar 4. Website SiHalal

3. Aspek

Pemasaran

Selain mendampingi pada aspek legalitas, penulis mendampingi pada aspek pemasaran. Dari 20 UMKM sudah banyak UMKM yang telah memiliki aplikasi pemasaran online contohnya seperti, gofood, grabfood, E-Peken, dan shopeefood. Pemasaran tidak hanya berfokus pada e-commerce penulis juga membantu dalam pembuatan logo, daftar menu, pamflet dan menambahkan lokasi usaha pada google maps.



Gambar 5. Logo, Daftar Menu, Pamflet, dan Penambahan Alamat Usaha

Berdasarkan hasil wawancara dan *door to door* ke alamat pelaku usaha selama lima bulan ini membuahkan hasil yang sangat baik dan sesuai target dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. 20 UMKM yang didampingi saat ini telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan para pelaku UMKM telah memahami dan menyadari akan penting nya NIB bagi pelaku usaha. Selain itu, untuk progres pemasaran juga dinilai cukup baik oleh pihak Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya karena telah membantu UMKM untuk membuat logo produk, daftar menu, pamflet, dan menambahkan alamat di google maps. Serta mengenalkan *e-commerce* kepada UMKM untuk menjangkau target yang lebih luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil atau uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan pendampingan aspek legalitas usaha dan pemasaran menuju UMKM naik kelas pada Kecamatan Genteng Surabaya ini memberikan kontribusi dan dampak yang positif bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha mereka. Kegiatan pendampingan ini juga berhasil mengantar 20 UMKM yang ada di wilayah Kecamatan Genteng Surabaya untuk memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), pengajuan proses sertifikat halal, dan strategi pemasaran produk. Sosialisasi dan pendampingan terkait dengan legalitas usaha dan pemasaran produk perlu dilakukan pada setiap kecamatan agar para pelaku UMKM di Surabaya menyadari pentingnya sebuah legalitas usaha dan pemasaran yang dapat membantu UMKM menjadi naik kelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R. (2022). Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(2), 77-83
- Budiarto, F. N. R., Amelia, K. S., Arindawati, S., Mawardhany, S. K., Belangi, H. A. P., Mas' udah, K. W., & Wuryandari, Y. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam Rangka Pengembangan UMKM Desa Ngampungan. *Karya Unggul-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 116-124.

- Wulandari, I., & Budiantara, M. (2022). Pembuatan nomor induk berusaha (NIB) melalui online single submission. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 386-394.
- Putra, C. A., Aprilia, N. N., Sari, A. E. N., Wijdan, R. M., & Putri, A. R. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk Pengembangan UMKM di Kelurahan Tlumpu Melalui Online Single Submission (OSS). *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 149-157.
- Pramesti, T. A., Azizah, R. T., Nurbayzura, W., Permana, K. A., Aqila, N. D. P., Sulistyowati, I., ... & Putra, C. A. (2022). Pendampingan Legalitas Umkm Nib Melalui Sistem Online Single Submission (Oss) Di Kelurahan Sananwetan, Sananwetan, Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 2(1), 385-392
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Vrawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Sarfiah, Sudati Nur dkk. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*. 4(1). 137-146.
- Wartika, Made Bagus. L. P dkk. (2023). Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi. *Junal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 7(2), 285-292.
- Supandi, Agus & Johan, Ria Susanti. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak. *Journal of Applied Business and Economic*. 9(1), 15-24.