

# ABDIMAS

Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat  
<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/abdimas/>

---

## Digitalisasi dan Legalisasi UMKM Desa Langenharjo Kabupaten Kediri

Lilik Purwanti<sup>1</sup>, Iwan Triyuwono<sup>1</sup>, Rr. Sri Pancawati Martiningsih<sup>2</sup>, Eny Zuhrotin  
Nasyi'ah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Brawijaya, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Mataram, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Islam Malang, Indonesia

---

### Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak utama perekonomian di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah UMKM mencapai 64 juta. Angka tersebut mencapai 99,9% (data Kementerian Koperasi dan UKM RI) dari keseluruhan usaha yang beroperasi di Indonesia. Oleh karena itu harus dikelola dengan baik agar dapat terus berkembang. UMKM sebagian besar bergerak di bidang makanan di Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri. Berdasarkan diskusi awal dengan pelaku UMKM, ada masalah pemasaran dan legalitas (Ijin Usaha dan Sertifikat Halal). Segi pemasaran masih konvensional buka toko di rumah masing-masing dan belum ada yang menjual secara online karena mereka tidak mengetahui bagaimana cara membuat Platform digital melalui e-commerce. Secara hukum UMKM perlu ijin dan Sertifikat Halal untuk menjamin produknya dan semua UMKM belum mengetahui bagaimana cara atau prosedur dalam mengurus sertifikat halal produknya. Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM tersebut menjadi pemikiran sangat mendesak diperlukan peran akademisi untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat. Dengan pengabdian ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM untuk mengatasi masalah yang selama ini belum bisa dipecahkan. Tim pengabdian akan berusaha untuk membantu dengan melakukan pelatihan dan pendampingan pelaku UMKM. Pelatihan meliputi materi strategi pemasaran dan promosi, prosedur pengajuan ijin UMKM dan prosedur pengajuan Sertifikat Halal. Dengan pelatihan diharapkan pelaku UMKM dapat memperoleh tambahan pengetahuan tentang strategi pemasaran baik secara offline maupun online, prosedur mengajukan ijin UMKM dan prosedur pengajuan Sertifikat Halal. Kegiatan dilanjutkan pendampingan, pelaku UMKM sebagai mitra akan dapat membuat sendiri akun di media sosial dalam bentuk Facebook, Instagram, dan website. Platform digital melalui e-commerce dapat menjangkau pasar yang lebih luas jika dibandingkan penjualan konvensional. Platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha dapat terhubung langsung dengan konsumen secara cepat dan luas bahkan hingga melewati batas negara. Sebagian besar konsumen pun kini lebih memilih platform digital sebagai sarana menemukan produk yang dicari. Harapannya semua UMKM sudah memiliki platform digital tersebut pada saat pendampingan selesai. Selain itu pelaku UMKM dapat mengurus sendiri ijin usaha UMKM dan sertifikat Halal melalui pendampingan dari tim pengabdian.

**Kata kunci :** Digitalisasi; E-commerce Legalisasi; UMKM

---

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.

UMKM sebagai usaha mikro kecil menengah sangat memerlukan perhatian. Begitu juga UMKM yang berada di Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. Terdapat sekitar 70 pelaku UMKM di Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. Sebagian besar UMKM

bergerak di bidang produksi makanan dan minuman, dan sebagian kecil di bidang jasa. Indonesia merupakan negara perekonomian yang didominasi oleh adanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam.

Dampak Covid-19 berpengaruh cukup buruk bagi UMKM seperti nilai perdagangan dan total produksi yang merosot, serta tenaga kerja yang menurun karena hilangnya mata pencaharian mereka akibat pandemi global ini. KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Kementerian Koperasi dan UKM (KemenKopUKM) mencatat berdasarkan data idEA hingga Oktober 2022, UMKM yang terhubung atau onboarding digital mencapai 20,5 juta. Masih ada sisa 9,5 juta lagi UMKM yang ditargetkan bisa masuk dalam *platform* digital hingga tahun 2024. Sebagai informasi Pemerintah menargetkan ada 30 juta UMKM go digital pada 2024 mendatang mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional setelah terdampak pandemi Covid-19. Hal itu terlihat dari kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia yang terus meningkat sampai sekitar 60% di masa prapandemi. Penyerapan tenaga kerja oleh UMKM juga sangat tinggi dan terus bertumbuh mencapai 96,99% – 97,22% dengan jumlah pelaku UMKM mencapai 62 juta atau sekitar 98% dari pelaku usaha nasional. Di sisi lain, UMKM juga menjadi salah satu sektor yang paling terpukul akibat wabah ini.

UMKM sebagai usaha mikro kecil menengah sangat memerlukan perhatian. Begitu juga UMKM yang berada di Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. Terdapat sekitar 70 pelaku UMKM di Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. Sebagian besar UMKM bergerak di bidang produksi makanan dan minuman, dan sebagian kecil di bidang jasa. Pemasaran dilakukan secara tradisional dengan menaruh di meja tamu dan belum memiliki tempat (toko) untuk jualan dan memajang dagangannya. Selain itu memerlukan strategi *marketing* yang baru (secara *online*) dan diharapkan akan dapat meningkatkan *omzet* penjualan, yang selama pandemi Covid 19 semua pendapatan UMKM menurun drastis.

Selama masa pandemi, sektor UMKM mengalami penurunan dalam penjualan dan kesulitan dalam memasarkan produknya. Digitalisasi ini diharapkan dapat mengantisipasi berbagai perubahan pada masa yang akan datang. UMKM perlu menerapkan *new normal* atau adaptasi dalam menjalankan usaha pasca pandemi dengan melihat segala permasalahan yang timbul serta dampak buruk yang sudah terjadi agar usaha yang dijalankan tetap berjalan dengan lancar, namun dengan adaptasi ini harus menggunakan metode yang berbeda. Metode yang dapat digunakan adalah metode digitalisasi. Para pelaku UMKM dapat beradaptasi dengan teknologi agar menjadi wadah baru yang efektif dalam menjalankan usaha serta dalam memasarkan produknya, karena dalam perkembangan teknologi, industri kreatif memiliki peluang yang sangat besar bagi UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi terutama bagi UMKM yang ada di Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri.

Digitalisasi UMKM secara sederhana untuk memasarkan produk UMKM menggunakan teknologi yaitu memasarkan dan menjual produk-produk UMKM secara *online*. Meskipun faktanya banyak pelaku UMKM belum melek teknologi, serta masih terbiasa menjalankan bisnis secara konvensional. Padahal, dengan upaya digitalisasi UMKM, banyak keuntungan yang akan didapat oleh pelaku UMKM. Selain itu kegiatan pengabdian dilengkapi dengan legalisasi yaitu memberikan pengetahuan tentang bagaimana mengurus ijin usah dan sertifikat halal.

## **METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan cara memberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan terkait dengan permasalahan yang dihadapi UMKM desa Langenharjo, Plemahan Kabupaten Kediri. Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM yaitu pemasaran yang masih tradisional sehingga hanya terjangkau daerah sekitar. Solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memberikan pelatihan secara insentif bagaimana cara memanfaatkan teknologi seperti sosial media dengan baik agar memberikan dampak yang baik dalam meningkatkan penjualan produk UMKM.

Sosialisasi dan pelatihan tentang pentingnya digitalisasi dalam pemasaran sangat diperlukan

oleh pelaku UMKM. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM di Desa Langenharjo, kecamatan Plemahan tentang penggunaan media teknologi sebagai sarana pemasaran. Selain itu dengan sosialisasi dan pelatihan ini, agar pelaku UMKM di Desa Langenharjo, kecamatan Plemahan dapat mengenali banyaknya potensi kewirausahaan desa dan penyediaan media berbasis digital yang mampu memasarkan produk hasil wirausaha yang mereka produksi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan

Hasil dari survey awal, permodalan sudah cukup untuk skala usaha saat ini tetapi ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, meliputi pemasaran dan promosi, masalah ijin usaha dan Sertifikat Halal. Masalah pemasaran dan promosi yang selama ini masih konvensional dalam memasarkan produknya. Pelaku UMKM menjual produknya di rumah masing-masing atau ke pasar dan belum mempunyai toko sehingga omzet penjualan tidak begitu besar dan naik turun.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pengabdian untuk membantu pelaku UMKM dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi dengan cara:

1. Memberikan tambahan pengetahuan melalui pelatihan dibidang manajemen pemasaran dan promosi, prosedur membuat *platform digital* dengan *E-Commerce*.
2. Memberikan pengetahuan dengan menjelaskan tentang prosedur pengurusan ijin usaha dan Sertifikat Halal.
3. Mendampingi pelaku UMKM dalam menyiapkan dokumen yang dibutuhkan dalam pengajuan ijin dan Sertifikat Halal.

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan metode sosialisasi dan kunjungan ke tempat usaha. Pada kegiatan sosialisasi disampaikan tema digitalisasi pemasaran UMKM dan legalisasi UMKM oleh tim pengabdian kepada masyarakat. Para pelaku UMKM nampak antusias mengikuti kegiatan ini. Hal ini dibuktikan dengan kehadiran para pelaku UMKM tepat waktu dan memenuhi aula kantor Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. Para pelaku UMKM juga aktif berinteraksi dengan para narasumber.

Acara dimulai registrasi pukul 08.30, karena peserta sudah datang sejak jam 07.30. Acara dipandu oleh MC dari desa yaitu ibu Yustiningsih Acara diawali sambutan ketua panitia Dr. Lilik Purwanti, M.Si., Ak yang menyampaikan maksud, tujuan dan output yang diharapkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan obyek UMKM di desa Langenharjo, kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri. Dilanjut sambutan Kepala Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan yaitu bapak Drs. Slamet Suyono sekaligus membuka acara sosialisasi dan pelatihan. Materi pemasaran online disampaikan oleh ibu Rr. Pancawati, SE., M.Si., Ak yang menjelaskan mengapa UMKM perlu digitalisasi, bentuk digitalisasi: Visual (melalui penglihatan) Contoh: iklan di aplikasi online shop seperti Shopee, olx, Tokopedia, Lazada, dan lain-lain. Selain itu juga dalam bentuk: Audio Visual Contoh: penyajian audio visual adalah film, program televisi, story video aplikasi seperti instagram, facebook dan lain-lain. Setelah istirahat dan sholat materi dilanjut dengan bagaimana cara mengenalkan produk melalui digitalisasi. Materi Cara Membuat Akun Facebook Bisnis dan Fanpage serta Cara Membuat *Whatsapp* Bisnis disampaikan oleh ibu Dr. Lilik Purwanti, M.Si., Ak.

Pada hari kedua materi dilanjutkan oleh ibu Eny Zuhrotin yang menjelaskan Mengenal Marketplace dan Membuat Akun Shopee. Selain itu disampaikan juga materi tentang bagaimana prosedur pengajuan Ijin Usaha dan prosedur pengurusan Sertifikat Halal yang disampaikan oleh Hikmatul Ula, SH., M.Kn

Para narasumber mengunjungi ke salah satu pelaku UMKM yaitu UMKM milik Bu Yanti yang bergerak di bidang produksi telur asin dengan merk "DIFA". Telur asin yang diproduksi oleh bu Yanti dibuat dengan merendam telur bebek di dalam air garam krosok selama kurang lebih 14 hari. Telur asin kemudian dijual di pasar dengan harga Rp 3.000,00 per biji.

### Evaluasi Kegiatan

Bergerak dalam bidang bisnis khususnya penerapan digital bisnis perlu adanya evaluasi kegiatan guna meminimalisir hambatan-hambatan yang sudah terjadi. Evaluasi dapat meningkatkan inovasi dan perubahan arah gerak dalam memasarkan produk. Berdasarkan hasil evaluasi penerapan sosialisasi digitalisasi bisnis produk lokal pelaku UMKM Desa Langenharjo, kecamatan Plemahan kabupaten Kediri.

Kegiatan evaluasi pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan mengadakan tanya jawab

selama acara sosialisasi dan pelatihan serta dilanjutkan dengan pendampingan kepada para pelaku UMKM di Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. Berdasarkan hasil evaluasi pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan, peserta UMKM merasa sangat senang dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat karena memang diharapkan dapat menyelesaikan salah satu masalah yang dihadapi oleh UMKM, yaitu Rendahnya penguasaan Teknologi Informasi (TI) yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Hal ini mengakibatkan pemasaran dilakukan hanya secara tradisional dengan menjual di dalam rumah, di teras rumah dan menitipkan di warung sekitar desa Langenharjo.

Hampir 60% pelaku UMKM di desa Langenharjo sudah menggunakan Whatsapp (WA) sebagai sarana menawarkan barang dagangannya. Ada 2 peserta yang sudah menggunakan aplikasi Shopee untuk menawarkan dan menjual barang dagangannya. Inipun termasuk kaum muda yang memang sudah bisa memahami penggunaan Handphone sebagai sarana promosi dan menjual produknya.

Kendala yang dihadapi pelaku UMKM terkait dengan penggunaan teknologi informasi khususnya Handphone sebagai sarana penjualan produk adalah masih rendahnya penguasaan TI dan Handphone yang dimiliki belum mendukung penggunaan aplikasi seperti Shopee, Facebook, Instagram dan lain-lain. Handphone hanya mereka gunakan untuk kirim pesan singkat (SMS), telpon dan kirim WA. Ada yang sudah memiliki Handphone canggih tetapi tidak bisa menggunakan sebagai bisnis, mempromosikan dan menjual produknya. Dari 35 peserta pelatihan, ada 15 orang yang bisa membuat akun Facebook dan Instagram sebagai wadah pemasaran produk-produknya

Untuk prosedur pengurusan ijin usaha, beberapa peserta sudah melakukan dan sudah mendapatkan ijin. Sedangkan untuk prosedur pengurusan sertifikat hala belum ada satupun yang memulai untuk mengurus. Padahal sertifikat halal berguna untuk menjamin bahwa produknya memang halal. Dengan jaminan produk yang dijual halal maka akan meyakinkan pembeli dan dapat meningkatkan omset penjualan UMKM.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema digitalisasi pemasaran dan legalitas UMKM di Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri telah berjalan dengan baik. Kegiatan ini dirasakan bermanfaat oleh para pelaku UMKM di Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri, karena memberikan solusi atas permasalahan pemasaran dan legalitas UMKM. Dari 35 peserta pelatihan, ada 15 orang yang bisa membuat akun Facebook dan Instagram sebagai wadah pemasaran produk-produknya. Kendala yang dihadapi pelaku UMKM sebagai peserta pelatihan dan pendampingan adalah masih rendahnya kemampuan dan ketrampilan memanfaatkan gadget sebagai upaya memasarkan produknya.

Beberapa pelaku UMKM sudah melakukan pengurusan ijin usaha sampai mendapatkan ijin hanya 2 UMKM. Sedangkan untuk prosedur pengurusan sertifikat hala belum ada satupun yang mulai mengurus.

Saran disampaikan untuk kegiatan pengabdian mendatang Kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya dapat dilakukan pada para pelaku UMKM lain di Desa Langenharjo, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya dapat mengambil tema pengemasan (*packaging*) produk yang masih menjadi masalah para pelaku UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D & Smith, PR. (2008). *E-marketing : Excellence*, UK: ButterworthHeinemann
- Hamdani, Endah Nuraini. 2018. Materi Metode Pelatihan *Training For Trainer* PPM Manajemen <https://nasional.sindonews.com/read/1278750/18/resolusi-umkm-indonesia-https://www.republika.co.id/berita/ql7z99327/menkop-ukm-minta-umkm-manfaatkan-platform-digital>. Diakses 1 Februari 2021
- <https://www.solopos.com/digitalisasi-solusi-umkm-hadapi-pandemi-1102126>. Jumat, 15 Januari 2021. Diakses pada 5 Februari 2021
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). *Standar Akuntansi Keuangan Ekonomi Mikro Kecil* Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2016). *Kontribusi UMKM naik*. Diakses dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/14200/Kontribusi-UMKM-Naik>
- Manusia*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Maulidasari, Cut Devi dan Setiyana, Rusma. 2020. *Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Menengah*. Jakarta: Grha Akuntan
- Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti*

- Pramono, F. S. (2018). *Resolusi UMKM Indonesia*. Diakses dari Sindo News Online: Presiden Republik Indonesia (2008). *Undang-undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta : Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia dan Presiden Republik Indonesia.
- Purwana ES, Dedi., Rahmi., dan Shandy Aditya. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. EISSN: 2580-4332. Vol.1 No. 1. 1–17.
- Sihombing, Landong Namora Novfitri. 2018. Model Pendampingan UKM di Kota Tangerang Selatan. *Sembadha. 2018. Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*. Penerbit PKN STAN Press
- Stockdale, R., Ahmed, Ashir & Scheepers, H. 2012. Identifying Business Value From The Use Of Social Media: An SME Perspective. PACIS 2012 PROCEEDINGS. <https://aisel.aisnet.org/pacis2012/169>
- Teuku Umar. Vol 2, No 1 Januari – Juni P-ISSN: 2715-4475, E-ISSN: 2715-5390. Hal 63-73. DOI: 10.35308/baktiku.v2i1.2050.
- Wardhana, Aditya. (2015). Analisis Faktor-faktor Pembentuk Service Recovery Pada Top Brand Perusahaan Penyedia Jasa Rental Mobil Di Indonesia Berdasarkan Persepsi Pelanggan Korporasi. ISSN 2089-3590. EISSN 2303-2472.
- Wicaksono, A. L. (2016). Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Tentang Pentingnya Pelaporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP (Studi Empiris Pada UMKM di Kabupaten Jember). *Artikel Imliah Mahasiswa*.
- Widodo, Eko Suparno. 2015. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya*