



Journal of Human And Education

Volume 4, No. 6, Tahun 2024, pp 729-733

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Mewujudkan Kewirausahaan Umkm Melalui Digital Inovatif Dan Pengurusan Izin Halal Guna Meningkatkan Kemandirian Masyarakat

Ali Furqon¹, Adnan Muhammad Husein², Alyazafira Audy Kanahara³, Ananda Hana Pratiwi⁴, Luki Sri Anggorowati⁵

Universitas Boyolali

Email : alifurqon047@gmail.com, adnanmuhammadhusein983@gmail.com,
audy13519@gmail.com, anandahana05@gmail.com

Abstrak

Kewirausahaan sangat penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengurangi pengangguran. Tingkat kewirausahaan di Indonesia masih rendah, yaitu 3,47% dari populasi. Untuk itu, pengembangan UMKM sangat penting. Namun, banyak usaha kecil dan menengah menghadapi tantangan terkait perizinan dan pemasaran. Di Desa Bakulan, Boyolali, kegiatan ini menerapkan program pengabdian masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan tentang pengurusan izin usaha, izin halal, dan pemanfaatan digital marketing. Hasil penyelidikan menunjukkan bahwa pelaku UMKM sangat ingin memahami pentingnya menjalankan bisnis secara legal dan menggunakan digital marketing untuk meningkatkan daya saing mereka. Para pelaku UMKM dapat memperoleh Nomor Izin Berusaha (NIB) dengan cepat, meskipun beberapa izin halal akan diproses tahun berikutnya. Diharapkan bahwa program ini akan mendorong semangat kewirausahaan dan mendukung pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Desa Bakulan.

Kata Kunci: *Kewirausahaan, Izin Usaha, Izin Halal, Digital Marketing*

Abstract

Entrepreneurship is essential to drive economic growth and reduce unemployment. The level of entrepreneurship in Indonesia is still low, which is 3.47% of the population. For this reason, the development of UMKM is very important. However, many small and medium-sized businesses face challenges related to licensing and marketing. In Bakulan Village, Boyolali, this activity implements a community service program to increase knowledge about business license management, halal permits, and the use of digital marketing. The results of the survey show that UMKM actors are eager to understand the importance of running a business legally and using digital marketing to increase their competitiveness. UMKM actors can obtain a Business License Number (NIB) quickly, although some halal permits will be processed the following year. It is hoped that this program will encourage the spirit of entrepreneurship and support the growth of small and medium enterprises (UMKM) in Bakulan Village.

Keywords: *Entrepreneurship, Business License, Halal License, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Salah satu permasalahan suatu negara untuk menjadi negara maju adalah pengangguran. Pada bulan Februari 2024 Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan angka pengangguran angka di Indonesia mencapai 7,2 juta jiwa. Angka itu mengalami penurunan sebanyak 0,79 juta penduduk, dari sebelumnya sebesar 7,99 juta jiwa dibandingkan pada periode yang sama pada 2023. Penurunan ini mungkin terjadi karena banyaknya kewirausahaan bermunculan. Saat ini rasio wirausaha di Indonesia baru mencapai 3,47 % dari keseluruhan populasi yang ada di Indoneisa, yang di mana untuk menjadi negara maju rasio wirausaha harus mencapai 4% dari keseluruhan populasinya. Hal ini dapat diartikan bahwa Indonesia masih berproses menuju negara maju.

Berdasarkan keputusan menteri koperasi dan pembinaan pengusaha kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang

untuk mengatasi usaha dalam kegiatan yang mengacu pada upaya mencari, berkarya, serta menjalankan prosedur kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan produktivitas dalam rangka untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dan pelayanan yang lebih baik (Tenrinippi, 2019).

Data 5 tahun terakhir skala usaha masih didominasi oleh usaha mikro, disusul usaha kecil, kemudian yang menempati usaha ketiga yaitu usaha menengah dan usaha yang keempat atau yang terakhir di tempati oleh usaha besar. Dari ukuran skala usaha besar lebih luas dari usaha UMKM terutama di daerah pedesaan. Jika dilihat dari skala tersebut juga dapat mempengaruhi tingkat kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) yang akan mempengaruhi terhadap perkembangan dan pertumbuhan ekonomi pada akhirnya (Fajri, 2021).

Bersamaan dengan perkembangan ekonomi yang semakin maju. Dalam berwirausaha tidak terlepas dengan perizinan yang diberikan kepada pihak terkait. Pihak yang bersangkutan harus memiliki surat/sertifikat halal. Sertifikat halal merupakan bentuk pengakuan kehalalan yang diberikan pemerintah melalui prosedur yang telah diuji oleh penjaminan produk halal yang berdasarkan Fatwa halal Majelis Ulama Indonesia (Harahap & Saragih, 2023).

Seiring dengan perkembangan teknologi yang ada, strategi pemasaran dalam bisnis juga mulai berubah menuju arah yang semakin modern, dahulu kala promosi masih menggunakan televisi, radio, majalah, dan surat kabar, saat ini pemasaran sudah dilakukan dengan teknologi yang modern salah satunya internet dengan istilah digital marketing (Tresnawati & Prasetyo, 2022). Pemanfaatan pemasaran digital membuka peluang baru bagi pelaku UMKM untuk berkembang menjadi kekuatan utama dalam perekonomian. Media sosial menjadi sarana digital marketing yang paling efektif untuk dimanfaatkan dalam pengembangan UMKM di era digital. Bahkan media sosial menjadi peluang baru UMKM untuk berkomunikasi dengan para konsumen mengenai produk sekaligus menciptakan jangkauan pasar baru (Deri Firmansyah et al., 2022). Produsen dituntut untuk selalu sigap dalam perubahan trend dan teknologi agar bisnis terus berkembang maju dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Berubahnya perilaku konsumen dalam menggunakan teknologi digital yang semakin maju harus dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh para pelaku UMKM. Munculnya berbagai *e-commerce* dan berbagai platform belanja online dengan menggunakan internet menjadikan peluang emas untuk mempromosikan sekaligus mengenalkan produk, layanan dan jasa yang ditawarkan oleh para pelaku UMKM (Bangun & Purnama, 2022). Banyak pelaku UMKM beralih ke strategi digital marketing karena dinilai lebih efisien dari pada sistem pemasaran lainnya. Kelebihan digital marketing terdapat pada kemampuannya yang memberikan kemudahan, fleksibilitas dan kenyamanan yang tinggi, serta kecepatan dalam menjangkau target pasar. Dengan memanfaatkan digital marketing, para pelaku UMKM menjadi lebih mudah menjangkau konsumen (Haryono, 2023).

Sisi lain dari digital marketing juga mempunyai tantangan yaitu banyaknya persaingan antar produsen disebabkan mudahnya menjangkau target pasar. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan suatu inovasi karena menjadi kunci untuk menciptakan nilai tambah produk. Inovasi (*innovation*) yaitu kemampuan dalam memecahkan suatu masalah melalui kreativitas untuk menciptakan ide baru. Dalam hal ini menciptakan ide-ide yang baru dapat merubah ide lama yang menjadi salah satu cara menuju kesuksesan. (Herlina Sari Indri Astuti et al., 2023).

Oleh karena itu inovasi sangat penting di era teknologi digital yang semakin maju, karena persaingan antar produsen terus menerus mengalami peningkatan sehingga strategi digital perlu ditingkatkan untuk menarik konsumen yang setiap waktu mengalami perubahan perilaku dan kebutuhannya. Inovasi adalah landasan utama bagi kewirausahaan dan bisnis di era digital. Kemampuan untuk merespons teknologi dan tren pasar dengan cepat adalah kunci untuk dapat selalu kompotitif (Suwastika, 2023). Dalam menjalankan bisnis dan wirausaha, inovasi memungkinkan wirausahawan untuk tetap relevan, meningkatkan efisiensi dan membuka peluang baru di tengah perubahan pasar yang pesat. Inovasi dapat membantu wirausahawan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi dan tren yang mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

Dalam dunia bisnis, ada banyak peluang yang dapat dimaksimalkan oleh para pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja dan posisi mereka di pasar. Pertama, mereka dapat mengambil alih pasar dari kompetitor dengan mempromosikan produk dan layanan yang lebih baik serta strategi pemasaran yang lebih efisien. Kedua, ada peluang untuk mengambil posisi yang sedang ditempati oleh kompetitor, mungkin dengan cara inovasi atau pendekatan baru. Ketiga, pelaku usaha dapat menganalisis dan memanfaatkan celah persaingan yang mungkin diabaikan oleh kompetitor. Keempat, ada peluang untuk merebut dominasi pemimpin pasar dengan cara-cara yang modern. Terakhir, pelaku UMKM dapat melihat kekurangan konsumen yang belum terpenuhi dan mencoba untuk memenuhinya (Fadhillah & Yuniarti, 2023).

Berdasarkan hasil survey penulis terhadap masyarakat di Desa Bakulan, Cepogo, Boyolali masih banyak UMKM yang belum memiliki izin usaha dan izin halal sehingga kurangnya semangat dalam berwirausaha dan juga menurunnya kemandirian masyarakat, di mana untuk mendapatkan izin halal diperlukan NIB (Nomor Izin Berusaha). Di sini penulis memberikan solusi untuk permasalahan tersebut, salah satu langkah nyata penulis memajukan UMKM di Desa Bakulan dengan melakukan sosialisasi serta wawancara mengenai izin usaha, izin halal dan digital marketing. Dengan adanya solusi ini diharapkan UMKM di Desa Bakulan dapat berkembang dan tumbuh semakin maju sehingga dapat bersaing dengan UMKM di daerah lain.

METODE

A. Tahap Persiapan

1. Melakukan survey dan kunjungan awal ke Desa Bakulan untuk meminta izin tempat, waktu, dan informasi terkait sosialisasi di tempat.
2. Membuat proposal Program Pengabdian Masyarakat (PPM) kemudian melaksanakan pengajuan ke bagian akademik Universitas Boyolali, untuk membantu mendapatkan perizinan sosialisasi pada lokasi yang direncanakan.
3. Melakukan seminar proposal pada tanggal 4 November 2024.
4. Menyerahkan surat perizinan dari Universitas kepada ketua RT dan Kepala Desa
5. Melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lokasi kegiatan selama satu hari pada 10 November 2024 sesuai jadwal yang telah dibuat dan disepakati bersama tim dan dosen pembimbing.



Gambar 1. Wawancara

B. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

1. Kegiatan dilaksanakan sesuai jadwal kegiatan yang telah disepakati.
2. Kegiatan Utama Tim di Desa Bakulan, Cepogo, Boyolali pada semester ganjil 2024/2025 dilaksanakan pada tanggal 10 November 2024.
3. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi enam hal : (1) Pembuka, (2) Sambutan ketua kegiatan dan dosen pembimbing, (3) Penyampaian sosialisasi pengurusan perizinan halal, (4) Sosialisai kewirausahaan di era digital, (5) Lain-lain, (6) Penutup
4. Metode yang digunakan dalam penyampaian materi pada kegiatan kali ini adalah presentasi, sosialisasi materi dan pendampingan pengurusan izin halal.
5. Tahap pembuatan laporan hasil kegiatan semester ganjil 2024/2025
6. Tahap penyerahan laporan hasil kegiatan kepada pihak Universitas Boyolali



Gambar 2.1 Pelaksanaan kegiatan

C. Tahap Evaluasi

1. Pelaksanaan dilakukan sampai akhir semester ganjil tahun akademik 2024/2025.
2. Kegiatan evaluasi pada akhir semester yaitu seminar hasil kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil pelaksanaan program kegiatan

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi bertempat di rumah Bapak Suratno di Desa Bakulan RT 02 RW 01, Cepogo, Boyolali, dalam jangka waktu 3,5 jam, kegiatan ini dihadiri oleh para pelaku UMKM di Desa Bakulan yang belum memiliki perizinan halal. Kegiatan ini berjalan dengan lancar dan kondusif. Penulis memastikan penyampaian materi dengan tepat, cermat dan memastikan para pelaku UMKM benar benar memahami, sehingga tidak terjadi penyampaian informasi yang tidak akurat.

Sebelum kegiatan terlaksana, penulis melakukan wawancara kepada para pelaku UMKM guna mendapatkan informasi lebih dalam serta bisa melakukan pendekatan kepada para pelaku UMKM secara personal. Penulis berdiskusi mengenai banyak hal tentang permasalahan yang dihadapi serta lingkup pemasaran. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, penulis memperoleh hasil yang kemudian disimpulkan menjadi solusi untuk permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM.

Hasilnya para pelaku UMKM mendapatkan solusi untuk memecahkan masalah yang mereka hadapi dan mendapatkan informasi yang akurat tentang pengurusan izin halal dan kewirausahaan di era digital. Para peserta yang hadir, secara langsung mereka mendaftarkan izin halal melalui tim auditor yang hadir untuk membantu memperoleh perizinan halal.

Para pelaku UMKM sangat antusias dengan penjelasan yang diberikan oleh pemateri. Peserta mengikuti kegiatan dengan baik dan mampu memahami apa yang disampaikan oleh pemateri, beberapa pertanyaan diajukan oleh para peserta kepada pemateri. Adapun pendampingan proses pengurusan izin halal dan pengurusan nomor izin berusaha.



Gambar 3. Pengisian formulir

B. Evaluasi

Secara keseluruhan kegiatan yang penulis lakukan kepada masyarakat berhasil memenuhi tujuannya. Tidak ada hambatan dalam pelaksanaan kegiatan dari persiapan hingga pelaksanaan. Pemilihan waktu yang tepat dan persiapan yang matang membuat penulis dapat memaksimalkan waktu yang ada. Antusiasme dari para pelaku UMKM ini juga membantu memperlancar jalannya kegiatan sosialisasi dan pengurusan izin halal, hal ini membuat penulis bersemangat dalam membantu para pelaku UMKM untuk memperoleh izin halal.

Pada akhir kegiatan, penulis memberikan waktu kepada para pelaku UMKM untuk melaksanakan foto produk dan bersama tim auditor halal sebagai syarat pengurusan izin halal. Dikarenakan kuota izin halal yang penuh pada tahun ini, para pelaku UMKM mendapat izin halal pada tahun depan, namun untuk nomor izin berusaha (NIB) dapat mereka dapatkan secara langsung.



Gambar 4. Tim sosialisasi



Gambar 5. produk UMKM

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa, kegiatan sosialisasi tentang kewirausahaan di era digital dan pengurusan izin halal berjalan lancar, serta mendapatkan antusiasme tinggi dari pelaku UMKM. Kegiatan ini juga dapat memecahkan masalah yang dihadapi pelaku UMKM. Meskipun kuota izin halal tahun ini terbatas peserta masih dapat memperoleh Nomor Izin Berusaha (NIB) secara langsung. Secara keseluruhan kegiatan ini memberikan dampak positif pada pengembangan UMKM di Desa Bakulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Umkm (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah). *Adi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.34306/Adimas.V3i2.826>
- Deri Firmansyah, Asep Suryana, Asep Achmad Rifa'i, & Dede Dr. (2022). Pmd (Pelatihan Media Digital) Sektor Usaha Mikro Dan Kecil Handycraft Bambu Di Kaa Sukabumi Guna Meningkatkan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Di Era Ekonomi Digital. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(10), 2805–2816. <https://doi.org/10.53625/Jabdi.V1i10.1633>
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). *Pemberdayaan Umkm: Melihat Peluang Bisnis Umkm Di Era Digital Di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo*.
- Fajri, A. (2021). *Peran Kewirausahaan Dalam Pembangunan Ekonomi*. 7(2).
- Harahap, S. B., & Saragih, A. (2023). *Sertifikat Halal Pada Kemasan Produk Makanan Usaha Mikro Kecil Tanpa Izin Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal*. 8.
- Haryono, D. (2023). *Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda Dan Pemula)*.
- Herlina Sari Indri Astuti, Mayang Sari, & Eva Dwi Kurniawan. (2023). Pengaruh Teori Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Di Era Digital Dalam Novel #Girlboss Karya Sophia Amoruso. *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 01–08. <https://doi.org/10.55606/Cemerlang.V4i1.2221>
- Suwastika, I. W. K. (2023). *Kewirausahaan Di Era Didital*. Pt. Literasi Nusantara Abadi Grub.
- Tenrinippi, A. (2019). *Kewirausahaan Sosial Di Indonesia (Apa, Mengapa, Kapan, Siapa Dan Bagaimana)*. 2(3).
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal Of New Media And Communication*, 1(1), 43–57. <https://doi.org/10.55985/Jnmc.V1i1.5>