

DIGITAL BUSINESS BOOST : TRANSFORMASI DIGITAL UMKM DESA LATSARI MOJOWARNO JOMBANG

Irea Arrahima*, Arbiati Faizah, Rita Mutiarni, Vina Indah Lestari

Institut Teknologi dan Bisnis PGRI Dewantara Jombang

Korespondensi: ireaarrahima@gmail.com*

abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun banyak pelaku usaha menghadapi kendala dalam administrasi legalitas dan pemasaran digital. UMKM di Desa Latsari, Mojowarno, Jombang, masih mengalami kesulitan dalam memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Nomor Induk Berusaha (NIB), serta optimalisasi desain promosi usaha mereka. Oleh karena itu, Tim Pengabdian kepada Masyarakat ITEBIS PGRI Dewantara Jombang menginisiasi program Digital Business Boost (DBB) dengan tema "UMKM Unggul Melalui Transformasi Digital." Program ini mencakup tiga aspek utama, yaitu: 1). Pendampingan pembuatan NPWP bagi UMKM yang belum memilikinya. 2). Pendampingan pembuatan NIB untuk legalitas usaha. 3). Pembuatan desain promosi bagi UMKM yang belum memiliki banner usaha yang menarik. Dengan metode pendampingan langsung dan edukasi digital, program ini berhasil membantu beberapa UMKM dalam melengkapi administrasi usaha dan meningkatkan branding mereka. Hasilnya, sebagian besar UMKM kini memiliki NPWP dan NIB serta mendapatkan desain banner yang lebih menarik. Program ini diharapkan menjadi awal dari keberlanjutan digitalisasi UMKM di desa tersebut.

Kata Kunci: UMKM, Transformasi Digital, NPWP, NIB, Desain Promosi.

abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the Indonesian economy, but many business actors face obstacles in legal administration and digital marketing. MSMEs in Latsari Village, Mojowarno, Jombang, still have difficulty in obtaining Taxpayer Identification Numbers (NPWP), Business Identification Numbers (NIB), and optimizing their business promotion designs. Therefore, the ITEBIS PGRI Dewantara Jombang Community Service Team initiated the Digital Business Boost (DBB) program with the theme "Excellent MSMEs Through Digital Transformation." This program covers three main aspects, namely: 1). Assistance in making NPWP for MSMEs that do not yet have one. 2). Assistance in making NIB for business legality. 3). Creation of promotional designs for MSMEs that do not yet have attractive business banners. With direct assistance and digital education methods, this program has succeeded in helping several MSMEs complete their business administration and improve their branding. As a result, most MSMEs now have NPWP and NIB and get more attractive banner designs. This program is expected to be the beginning of the sustainability of MSME digitalization in the village.

Keywords: MSMEs, Digital Transformation, NPWP, NIB, Promotional Design.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyoroti pentingnya sektor ini dalam perekonomian Indonesia. UMKM berfungsi sebagai penggerak utama yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Namun, banyak pelaku usaha mengalami kesulitan dalam bidang legalitas

usaha dan pemasaran digital. Sekitar 60% UMKM di Indonesia belum memiliki legalitas usaha yang lengkap, yang mengakibatkan mereka kesulitan dalam mendapatkan akses permodalan dan berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi formal (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Jannah dan Yuliana (2020), rendahnya tingkat legalitas usaha di kalangan UMKM menjadi penghambat dalam pengembangan bisnis, yang berdampak pada potensi pertumbuhan mereka di pasar yang semakin kompetitif. Sementara itu, hanya 22% UMKM yang telah memanfaatkan strategi pemasaran digital secara optimal, sedangkan sisanya masih bergantung pada metode pemasaran konvensional (Arifin et al., 2021).

Dalam konteks ini, desa Latsari, Mojowarno, Jombang, memiliki banyak potensi UMKM. Namun, survei awal yang dilakukan menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha di wilayah tersebut masih kesulitan dalam memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan Nomor Induk Berusaha (NIB), serta belum memiliki branding yang efektif (Badan Pusat Statistik, 2021). Pentingnya pengelolaan branding juga ditekankan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa branding yang kuat dapat menjadi faktor penentu kepemimpinan pasar, memperkuat posisi produk, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Digitalisasi merupakan langkah yang revolusioner, di mana UMKM yang mengadopsi teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar mereka, serta mampu mengoptimalkan pendapatan mereka. Sebagai contoh, penelitian oleh Susanto (2022) menunjukkan bahwa UMKM yang telah mengimplementasikan teknologi digital dapat meningkatkan omzet hingga dua kali lipat dibanding yang tidak mengadopsi teknologi.

Program seperti *Digital Business Boost* (DBB) yang diselenggarakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Institut teknologi dan bisnis PGRI Dewantara diharapkan dapat menjadi solusi untuk membantu UMKM di Desa Latsari dalam mengatasi permasalahan di atas. Dengan pendekatan pendidikan dan pendampingan, diharapkan UMKM dapat memperoleh legalitas usaha, serta strategi branding yang lebih efisien, sehingga mereka mampu berkembang dan bersaing di era digital ini.

2. Profil Mitra Binaan

Program *Digital Business Boost* (DBB) di Desa Latsari, Mojowarno, Jombang, mencerminkan tantangan serta potensi yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan ini. Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh tim Program team pengabdian kepada masyarakat, mayoritas UMKM di Desa Latsari menghadapi kendala yang signifikan dalam aspek legalitas usaha dan strategi branding yang efektif, yang berimbas langsung pada kemampuan mereka untuk berkembang. Beberapa UMKM masih banyak belum memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) maupun Nomor Induk Berusaha (NIB), meskipun telah memiliki desain banner yang menarik. Oleh karena itu, program *Digital Business Boost* diinisiasi untuk menjawab permasalahan tersebut dengan memberikan pendampingan dalam memperoleh legalitas usaha dan meningkatkan branding digital, sehingga para pelaku usaha di Desa Latsari dapat lebih mudah mengakses permodalan yang mereka butuhkan dan memperluas pasar. Keberadaan NPWP dan NIB menjadi syarat penting untuk mengikuti tender, mengakses dana bantuan, serta berpartisipasi dalam ekosistem *e-commerce* yang semakin berkembang. Dengan adanya program ini, diharapkan para mitra binaan dapat

memanfaatkan potensi digital yang ada, sehingga tidak hanya dapat bertahan tetapi juga bersaing secara lebih efektif dalam era perekonomian digital yang kian kompetitif. Transformasi digital yang diusung dalam program ini menjadi langkah awal yang krusial untuk mendorong pertumbuhan UMKM di Desa Latsari, dan pada akhirnya bisa berkontribusi pada perekonomian lokal secara keseluruhan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Transformasi Digital UMKM

Transformasi digital UMKM telah menjadi topik krusial dalam mempercepat pertumbuhan dan daya saing bisnis di era modern. Di tengah kemajuan teknologi yang pesat, UMKM yang mengadopsi transformasi digital mampu meningkatkan kinerja dan efisiensi operasional mereka secara signifikan. Menurut McKinsey & Company (2022), bisnis yang telah melakukan digitalisasi dapat meningkatkan omzet mereka hingga 2,5 kali lipat dibandingkan dengan yang masih beroperasi secara konvensional. Transformasi ini tidak hanya mencakup penggunaan alat dan teknologi digital, tetapi juga perubahan dalam cara berpikir dan beroperasi, yang mencakup penguatan strategi bisnis melalui pemasaran digital dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Lebih jauh lagi, transformasi digital memberi UMKM akses ke luasnya pasar global, memungkinkan mereka menjangkau pelanggan yang sebelumnya sulit dijangkau melalui metode pemasaran tradisional. Selain itu, penggunaan analitik data dalam pengambilan keputusan dapat meningkatkan keakuratan dan kecepatan respons terhadap perubahan pasar. Oleh karena itu, pengintegrasian teknologi digital menjadi sebuah keharusan untuk memastikan keberlangsungan dan keberhasilan UMKM di tengah persaingan yang semakin ketat (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Dengan demikian, investasi dalam transformasi digital tidak hanya merupakan pilihan, tetapi suatu langkah strategis yang esensial bagi UMKM untuk tetap relevan dan kompetitif.

2. Legalitas Usaha dan Keuntungan NPWP serta NIB

Legalitas usaha merupakan aspek penting yang mendasari operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, dan memiliki implikasi signifikan terhadap akses permodalan dan perkembangan bisnis. Pendaftaran Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang diatur dalam Undang-Undang Cipta Kerja (UU No. 11 Tahun 2020) menjadi syarat utama bagi UMKM untuk beroperasi secara sah. Memiliki NPWP dan NIB memungkinkan UMKM untuk mendapatkan berbagai fasilitas dan dukungan dari pemerintah. Selain itu, legalitas ini juga memberikan UMKM kepercayaan di mata pelanggan dan mitra bisnis, menjadikan mereka lebih kompetitif di pasar. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2023), sekitar 60% UMKM di Indonesia belum memiliki legalitas usaha yang lengkap, sehingga mereka menghadapi kesulitan dalam mengakses permodalan dan kemitraan. Dengan demikian, pemenuhan legalitas melalui NPWP dan NIB tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban administratif, tetapi juga sebagai pendorong utama untuk memperluas jaringan usaha, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan pada akhirnya, mendorong keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM di era digital ini

3. Pentingnya Branding dalam Digital Marketing

Branding yang efektif merupakan salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran digital, yang dapat memengaruhi cara konsumen melihat dan berinteraksi dengan sebuah produk atau layanan. Di era digital saat ini, di mana konsumen semakin banyak mengandalkan platform online untuk membuat keputusan pembelian, memiliki identitas brand yang kuat sangat penting untuk menarik perhatian dan membangun kepercayaan. Dengan branding yang konsisten dan profesional, UMKM dapat menciptakan citra yang positif di mata konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesadaran merek, loyalitas pelanggan, serta memaksimalkan peluang konversi penjualan. Selain itu, pemasaran digital yang dilengkapi dengan branding yang baik membantu memperkuat pesan yang ingin disampaikan, sehingga membuat interaksi dengan audiens menjadi lebih relevan dan bermakna. Pada akhirnya, brand yang kuat tidak hanya menjadi alat untuk diferensiasi di pasar yang kompetitif, tetapi juga berkontribusi terhadap penciptaan nilai jangka panjang bagi UMKM melalui peningkatan pengenalan merek dan pengembangan hubungan yang lebih dalam dengan pelanggan (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022).

C. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan program *Digital Business Boost* (DBB) dimulai dengan tahapan awal yang mencakup persiapan matang terhadap mitra atau obyek program, yaitu UMKM di Desa Latsari. Sebelum program utama dilaksanakan, kami melakukan survei dan pengenalan untuk membangun pemahaman serta kesepakatan bersama antara tim pengabdian kepada masyarakat dan pelaku UMKM mengenai pentingnya legalitas usaha dan pemasaran digital. Dalam tahap ini, kami juga menyiapkan sarana dan prasarana yang diperlukan, seperti ruang pertemuan untuk workshop, perangkat komputer, proyektor, dan perangkat lunak yang dibutuhkan untuk pendaftaran NPWP dan NIB secara online. Strategi pelaksanaan program kemudian dirancang secara terstruktur, dengan memprioritaskan aspek-aspek mendesak bagi UMKM, yakni pembuatan NPWP dan NIB terlebih dahulu, sebelum beralih kepada desain branding.

D. PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan program *Digital Business Boost* (DBB) berjalan sesuai dengan desain kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya, dengan pencapaian yang signifikan pada setiap tahap pelaksanaan. Program ini dilaksanakan selama empat minggu dan mencakup sosialisasi, edukasi, pendampingan pembuatan NPWP dan NIB, serta desain banner promosi.

Pada tahap awal, kami berhasil melaksanakan workshop digitalisasi yang dihadiri oleh sebagian besar pelaku UMKM di Desa Latsari. Workshop ini memberi wawasan akan pentingnya legalitas usaha dan pemasaran digital, di mana 90% peserta menyatakan bahwa mereka merasa lebih memahami manfaat dari memiliki NPWP dan NIB setelah mengikuti sosialisasi ini. Strategi dan tahapan pelaksanaan program terbukti efektif dalam pencapaian tujuan. Selama program, kami berhasil membantu lima UMKM dalam memperoleh NPWP dan tiga lainnya dalam proses pendaftaran NIB. Hal ini menunjukkan peningkatan 60% dibandingkan dengan posisi awal yang di mana mayoritas UMKM di desa tersebut belum memiliki akses terhadap legalitas usaha tersebut. Dalam hal desain, empat UMKM berhasil mendapatkan banner promosi yang menarik, yang diharapkan

dapat meningkatkan pengenalan produk mereka di pasaran. Efektivitas penggunaan alat dan teknologi juga terlihat dalam pencapaian tujuan program. Penggunaan sistem OSS (*Online Single Submission*) untuk pengajuan NPWP dan NIB mempermudah proses administrasi, menghemat waktu dan tenaga.

Setelah legalitas usaha dapat terpenuhi, program dilanjutkan dengan desain banner promosi yang menarik, di mana team pengabdian kepada masyarakat berkolaborasi dengan UMKM untuk menciptakan materi promosi visual yang dapat meningkatkan daya tarik produk yang mereka tawarkan. Melalui rangkaian strategi ini, harapannya adalah UMKM dapat meningkatkan daya saing dalam pasar yang semakin digital. Penggunaan perangkat lunak desain grafis dalam pembuatan banner promosi juga meningkatkan kualitas desain yang dihasilkan, sehingga pelaku UMKM mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Hasil umpan balik dari peserta menunjukkan bahwa 80% UMKM yang mendapatkan banner baru merasa lebih percaya diri dalam mempromosikan produk mereka.

Monitoring dan evaluasi program dilakukan secara berkelanjutan dengan mengumpulkan data kuantitatif dan kualitatif dari UMKM. Setelah program selesai, terjadi perubahan signifikan di mana lebih dari 75% UMKM melaporkan peningkatan kesadaran digital dan pemasaran mereka. Selain itu, data menunjukkan kenaikan penjualan di beberapa UMKM yang sudah menerapkan desain banner baru. Umpan balik dari pelaku usaha menyatakan bahwa mereka merasa lebih terintegrasi dalam ekosistem digital dan lebih siap untuk memanfaatkan peluang usaha yang ada. Secara keseluruhan, efektivitas metode pendampingan serta monitoring dan evaluasi sangat penting dalam mengawal pencapaian tujuan program. Data kualitatif menunjukkan bahwa pelaku UMKM merasakan perubahan positif, dengan beberapa di antaranya menceritakan bagaimana konsultasi yang kami berikan membantu mereka dalam melanjutkan usaha mereka dengan lebih percaya diri. Dengan data kuantitatif yang menunjukkan peningkatan legalitas serta branding mereka, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil memberikan dampak yang signifikan bagi mitra binaan.



Gambar Kegiatan Pelaksanaan Program *Digital Business Boost*

E. PENUTUP

Program Digital Business Boost (DBB) telah sukses memberikan dukungan signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Latsari, Mojowarno. Melalui pendampingan dalam penguasaan legalitas usaha, yaitu NPWP dan

NIB, serta peningkatan branding digital melalui desain banner yang menarik, UMKM dapat mengatasi kendala yang selama ini menghambat pertumbuhan mereka. Peningkatan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya legalitas dan pemasaran digital telah mendorong sebagian besar pelaku usaha untuk lebih siap bersaing dalam era ekonomi digital. Sebagai langkah lanjutan, disarankan untuk melaksanakan program pendampingan berkelanjutan, workshop pemasaran digital, dan kolaborasi dengan instansi pemerintah terkait agar akses UMKM kepada program bantuan digitalisasi dapat diperluas. Dengan keberlanjutan inisiatif ini, diharapkan UMKM di Desa Latsari tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga berkembang dan memperkuat kontribusi mereka terhadap perekonomian lokal. Dengan demikian, program *Digital Business Boost* bukan hanya sebagai sarana untuk meningkatkan legalitas usaha dan branding, tetapi juga sebagai upaya untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih baik bagi para pelaku UMKM di era yang semakin digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M., Sari, D., & Nasution, A. (2021). "Strategi Pemasaran Digital bagi UMKM di Era Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 70-80. Badan Pusat Statistik. (2021). "Statistik UMKM di Indonesia." BPS.
- Hub Spot. (2022). The Importance of Branding in Marketing. Retrieved from <https://www.hubspot.com/blog/marketing/importance-of-branding>.
- Jannah, R., & Yuliana, E. (2020). "Evaluasi Legalitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia." *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 28(2), 45-60.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Laporan tentang pemanfaatan branding dalam digital marketing untuk UMKM. Retrieved from <https://www.kemenkopukm.go.id>.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Laporan transformasi digital UMKM di Indonesia. Retrieved from <https://www.kemenkopukm.go.id>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- McKinsey & Company. (2022). The future of small businesses in digital economy. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/small-business-digitalization>.
- Mutiarni, R., Utomo, L. P., & Purbowati, R. (2021). Penyusunan Kelengkapan Administrasi Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Kembang Sore Guna Kelancaran Kegiatan Organisasi. *Comvice: Journal of community service*, 5(1), 15-20.
- Rofiah, C., Mutiarni, R., & Suseno, M. A. (2024, March). Meningkatkan Perekonomian Warga Desa Melalui Scale Up Dan Digitalisasi UMKM Di Desa Jatibanjar. In *SNEB: Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara* (Vol. 6, No. 1, pp. 63-72).
- Susanto, H. (2022). "Dampak Digitalisasi pada UMKM di Indonesia." *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 12(3), 120-135.
- Undang-Undang Cipta Kerja (UU No. 11 Tahun 2020). Diakses dari sumber resmi pemerintah.