

**“ADVOKASI UMKM BIDANG HUKUM BISNIS DAN
DIGITAL MARKETING “
DI SUKABUMI UTARA, KEBON JERUK, JAKARTA BARAT**

¹ Sri Kartika Sari Antariksa, ² Dr. Rr Dyah Eko Setyowati

³ Suharto, ⁴ Maruli Sitompul

^{1,2,3,4} Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Indonesia

Korespondensi :srikartika@stiebi.ac.id

Abstrak.

Pelatihan yang kami lakukan pada saat melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dilakukan kombinasi antara penyuluhan/ceramah,dengan penayangan vidio, diskusi dan tanya jawab. Diskusi dan tanya jawab mengambil waktu yang tersedia, dengan tujuan agar kegiatan berjalan lebih hidup dan tidak membosankan yang disebabkan peserta aktif berpartisipasi dalam kegiatan yang kami lakukan. Hal ini juga lebih mempermudah upaya memahami materi yang kami sampaikan, karena materi yang kami sampaikan sesuai dengan apa yang menjadi masalah bagi mereka. Pada kegiatan pelatihan dan pendamping yang kami lakukan ini untuk meningkatkan pemahaman Pelaku UMKM mengenai Advokasi UMKM Bidang Hukum Bisnis dan Digital Marketing di Sukabumi Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Kata Kunci : UMKM, Hukum Bisnis, *Digital Marketing*.

Abstract.

The training we carry out when carrying out Community Service activities is a combination of counseling/lectures, with video screenings, discussions and questions and answers. Discussions and questions and answers take up the available time, with the aim of making the activities more lively and not boring because the participants actively participate in the activities we carry out. This also makes it easier to understand the material we convey, because the material we convey is in accordance with what is a problem for them. The training and accompanying activities that we carry out are to increase the understanding of MSME actors regarding MSME Advocacy in the Field of Business Law and Digital Marketing in North Sukabumi, KebonJeruk, West Jakarta.

Keywords: UMKM,, *Business Law, Digital Marketing*.

PENDAHULUAN

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah sering disingkat (UMKM), UMKM saat ini dianggap sebagai cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. Dari statistic dan riset yang dilakukan, UMKM mewakili jumlah kelompok usaha terbesar. UMKM telah diatur secara hokum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sector usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran.

Pelaku UMKM sendiri masih lemah dalam pengembangan UMKM nya, maka sangat diperlukan Advokasi UMKM yang membantu UMKM dalam bidang Hukum Bisnis dan Digital Marketing, maka judul PKM kami yaitu Advokasi UMKM Bidang Hukum Bisnis dan Digital Marketing di Sukabumi Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat..

IDENTIFIKASI MASALAH DAN RUMUSAN MASALAH.

Identifikasi Masalah.

Pelaku UMKM masih sangat sulit melakukan legalitas untuk produknya seperti misalnya pembuatan akta notaris, p-irt, sertifikasi halal dan yang lainnya maka perlu adanya Advokasi UMKM Bidang Hukum Bisnis dan Digital Marketing.

Rumusan Masalah.

Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan dapat meberikan pengetahuan dan solusi yang baik bagi UMKM. Berdasarkan Identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam pengabdian kepada masyarakat adalah:

- Bagaimana cara membuat legalitas produk sesuai hukum bisnis bagi pelaku UMKM
- Bagaimana cara menggunakan digital marketing bagi pelaku UMKM.

KAJIAN PUSTAKA.

Advokasi Bidang Hukum Bisnis meliputi: menjelaskan pembuatan PT, CV; menjelaskan mengenai SIUP atau saat ini digunakan Nomor Induk Berusaha (NIB), NPWP Badan maupun perorangan, perizinan bidang industri, dan mengetahui pencabutan izin usaha. Sedangkan untuk Advokasi Bidang Digital Marketing: mengetahui kelebihan dan kekurangan Digital Marketing saat ini kepada peserta pelatihan PKM. Perizinan Bisnis saat ini dapat diakses melalui website: <https://oss.go.id>.

Perseroan Terbatas (PT).

Dalam bahasa Belanda disebut *naamlozevennootschap* (Bahasa Inggris : *Limited Liability Company*) adalah suatu badan hukum untuk menjalankan usaha yang memiliki modal terdiri dari saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak saham yang dimilikinya. Karena modalnya terdiridari saham-saham yang dapat diperjual belikan, perubahan kepemilikan perusahaan bias dilakukan tanpa perlu membubarkan perusahaan. Perseroan Terbatas merupakan badan usaha dan besarnya modal perseroan tercantum dalam anggaran dasar. Kekayaan perusahaan terpisah dari kekayaan pribadi pemilik perusahaan sehingga memiliki harta kekayaan sendiri. Setiap orang dapat memiliki lebih dari satu saham yang menjadi bukti pemilikan perusahaan. Pemilik saham mempunyai tanggungjawab yang terbatas, yaitu sebanyak saham yang dimiliki. Apabila utang perusahaan melebihi kekayaan perusahaan, maka kelebihan utang tersebut tidak menjadi tanggung jawab para pemegang saham. Apabila mendapat keuntungan maka keuntungan tersebut dibagikan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.

Pemilik saham akan memperoleh bagian keuntungan yang disebut dividen yang besarnya tergantung pada besar-kecilnya keuntungan yang diperoleh perseroan terbatas. Selain berasal dari saham, modal PT dapat pula berasal dari obligasi. Keuntungan yang diperoleh para pemilik obligasi adalah mereka mendapatkan bunga tetap tanpa menghiraukan untung atau ruginya perseroan terbatas tersebut (Aveni, 2008). Pengertian digital marketing dari beberapa sumber buku: Menurut Purwana dkk (2017), digital marketing adalah aktivitas mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital secara online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial.

Menurut Nadya (2016), digital marketing adalah pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing).

Menurut Sanjaya dan Tarigan (2016), digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial.

Menurut Chaffey (2002), digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang membentuk online channel kepasar (website, e-mail, data base, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya blog, feed, podcast, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.

Kelebihan dan Kekurangan Digital Marketing.

Menurut Muchlisin (2020) Terdapat kelebihan dan kekurangan digital marketing, antara lain yaitu:

a. Kelebihan digital marketing.

Kelebihan atau keunggulan digital marketing adalah sebagai berikut:

Dapat menghubungkan produsen dengan konsumen melalui internet. Mendapatkan penghasilan penjualan lebih tinggi dikarenakan semakin sempit jarak dan waktu. Biaya yang dikeluarkan jauh lebih hemat. Digital marketing membuat penjual bias memberikan pelayanan real-time. Menghubungkan penjual dengan pelanggan melalui perangkat mobile dimana saja dan kapan saja. Mampu memberikan kestabilan bagi brand di mata konsumen dari brand lain sebagai pesaing.

b. Kekurangan digital marketing.

Kekurangan atau kelemahan digital marketing adalah sebagai berikut:

Konsep online dapat mudah ditiru. Memunculkan banyak pesaing dikarenakan tidak ada batasan teori lagi yang dapat menghambat perusahaan dalam memasarkan produknya.

Berbagai produk tertentu belum tentu cocok jika dipasarkan melalui media online.

Jika ada reaksi balik yang negative dari konsumen yang muncul di internet, dapat merusak reputasi perusahaan secara cepat. Digital marketing terlalu bergantung dengan teknologi.

Tidak semua kalangan sudah melek teknologi. Usia produktif mayoritas teknologi yang akan mampu menerapkan digital marketing secara maksimal.

METODE.

Pelatihan yang kami lakukan pada saat melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dilakukan kombinasi antara penyuluhan/ceramah, dengan penayangan vidio, diskusi dan tanya jawab. Diskusi dan tanya jawab mengambil waktu yang tersedia, dengan tujuan agar kegiatan berjalan lebih hidup dan tidak membosankan yang disebabkan peserta aktif berpartisipasi dalam kegiatan yang kami lakukan.

Hal ini juga lebih mempermudah upaya memahami materi yang kami sampaikan, karena materi yang kami sampaikan sesuai dengan apa yang menjadi masalah bagi mereka. Pada kegiatan pelatihan dan pendamping yang kami lakukan ini untuk meningkatkan pemahaman Pelaku UMKM mengenai Advokasi UMKM Bidang Hukum Bisnis dan Digital Marketing di Sukabumi Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

PELAKSANAAN.

Pra-Pelaksana.

JenisKegiatan	Pelaksanaan		
	November 2023	Desember 2023	Januari2024
Survey Pendahuluan			
Pengumpulan Data SasaranKegiatan			
PenelitianKepustakaan			
PelaksanaanKegiatan			
PembuatanLaporan			

Subyek/ Profil Peserta.

Peserta dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah masyarakat pelaku UMKM. Peserta yang hadir pada saat itu kurang lebih 25 orang pelaku UMKM.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan yang kami lakukan pada tanggal 24 Januari 2024 bertempat di Sukabumi Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Secara keseluruhan kami sangat bergembira karena respon yang positif yang diperlihatkan oleh para peserta pelatihan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh kami TIM PKM dari STIE Bisnis Indonesia yang dilakukan terhadap masyarakat di wilayah Kebonjeruk. Awalnya diawali dengan kata sambutan oleh Ketua PKM STIEBI. Setelah itu kata sambutan dari pihak setempat yang disampaikan oleh Kordinator UMKM. Setelah itu kami masing-masing pembawa makalah yang berisikan tema “Advokasi UMKM Bidang Hukum Bisnis dan Digital Marketing di Sukabumi Utara, KebonJeruk, Jakarta Barat.”.

Setelah semua pemakalah menyampaikan makalahnya. Acara selanjutnya dilanjutkan dengan Tanya jawab yang berlangsung dengan antusias dimana semua peserta banyak yang bertanya kepada kami mengenai masalah-masalah yang dihadapinya.

Banyak peserta yang berpartisipasi dalam acara ini dengan memberikan masukan atau ungkapan permasalahan yang mereka hadapi untuk didiskusikan dan dicari jalan keluarnya, ataupun memberikan tanggapan serta masukan bagi penyelenggara masalah-masalah yang berkaitan dengan Advokasi UMKM Bidang Hukum Bisnis dan Digital Marketing. Diskusi yang kami lakukan terlihat memberikan hasil yang positif terhadap masalah yang mereka hadapi, mereka akan melaksanakan apa yang dijadikan masukan dari kami kepada mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN.

Kesimpulan dan saran yang ditarik atas terselenggaranya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Materi yang disampaikan bagaimana “Advokasi UMKM Bidang Hukum Bisnis dan Digital Marketing di Sukabumi Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat.” dapat diterima dengan baik.
2. Tentunya masih dibutuhkan program berikutnya agar dapat dievaluasi dan tepat guna bagi peserta.

DAFTAR PUSTAKA.

- Advendi. 2008. *Hukum Dalam Ekonomi*. Jakarta: Grasindo.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM).
- Nadya. 2016. *Peran Digital Marketing dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis.
- Sanjaya, Ridwanda Tarigan, Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Chaffey, Dave. 2002. *E-Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation and Practice*. New Jersey: Prentice Hall.
- Riadi, Muchlisin. (2020). *Digital Marketing (Pengertian, Manfaat, Fungsi, Dimensi dan Strategi)*. Diakses pada 12/10/2023, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/digital-marketing.html>

Lampiran.

Foto Kegiatan Pelaksanaan.



Bpk. Maruli Sitompul, .S.E., M.M, perwakilan kelompok sedang mempresentasikan PKM

Peserta sedang mendengarkan pengarahan PKM



Dosen STIE-BI Peserta Pelaksanaan PKM