

MENDORONG TRANSFORMASI DIGITAL UMKM DESA CIHERANG - SIAP MENGHADAPI 5.0 DENGAN INOVASI PEMBUATAN NIB DAN PENERAPAN DIGITAL MARKETING

Anggal Noor Ramdhan, Suci Marwah[✉], Selfi Yuliani, Riski Nurfadillah,
Naftali Azzahra, Wachdijono

Universitas Swadaya Gunung Jati, Cirebon, Indonesia

Email: sucimarwah560@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol4No2.pp194-199>

ABSTRACT

The Industrial Revolution 5.0 requires MSMEs in Ciherang Village to adopt digital technology to remain competitive and able to compete in the global market. This research aims to support MSMEs through assistance in creating a Business Identification Number (NIB) and digital marketing training. The research method includes an initial survey to identify the level of technology utilization by local MSMEs, followed by digital marketing training, use of e-commerce platforms, and NIB registration. As a result, 15 MSMEs succeeded in obtaining NIB, while others began to utilize digital platforms such as Shopee and TikTok to expand their market reach. Even though this training improves the digital skills of business actors, challenges such as uneven internet access, varying technological capabilities, and limitations in using technology independently are still the main obstacles. Therefore, long-term investment in digital infrastructure, increased technological literacy, and ongoing assistance are needed to ensure the sustainability of the digital transformation of MSMEs in Ciherang Village.

Keyword: *Industrial Revolution 5.0, MSMEs, Business Identification Number (NIB).*

ABSTRAK

Revolusi Industri 5.0 menuntut UMKM di Desa Ciherang untuk mengadopsi teknologi digital agar tetap kompetitif dan mampu bersaing di pasar global. Penelitian ini bertujuan mendukung UMKM melalui pendampingan dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan pelatihan pemasaran digital. Metode penelitian mencakup survei awal untuk mengidentifikasi tingkat pemanfaatan teknologi oleh UMKM setempat, diikuti pelatihan pemasaran digital, penggunaan platform e-commerce, serta pendaftaran NIB. Hasilnya, 15 UMKM berhasil memperoleh NIB, sementara sebagian lainnya mulai memanfaatkan platform digital seperti Shopee dan TikTok untuk memperluas jangkauan pasar. Meskipun pelatihan ini meningkatkan keterampilan digital pelaku usaha, tantangan seperti akses internet yang tidak merata, kemampuan teknologi yang bervariasi, serta keterbatasan dalam penggunaan teknologi secara mandiri masih menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, diperlukan investasi jangka panjang dalam infrastruktur digital, peningkatan literasi teknologi, serta pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan transformasi digital UMKM di Desa Ciherang.

Kata Kunci: *Revolusi Industri 5.0, UMKM, Nomor Induk Berusaha (NIB).*

PENDAHULUAN

Era Revolusi Industri 5.0 menghadirkan tantangan baru bagi dunia usaha, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Revolusi ini tidak hanya fokus pada penerapan teknologi dan digitalisasi, tetapi juga menekankan

pentingnya kolaborasi antara manusia dan teknologi untuk menciptakan nilai tambah yang lebih signifikan. Di tengah dinamika ekonomi global yang semakin kompetitif, UMKM di Indonesia, termasuk di Desa Ciherang, dituntut

untuk mampu beradaptasi agar tetap relevan dan berdaya saing.

Pengembangan masyarakat desa menjadi salah satu prioritas dalam pembangunan nasional, terutama dalam menghadapi perubahan global di era *digital*. Desa Ciherang, yang terletak di Kecamatan Kadugede, memiliki potensi besar dalam sektor ekonomi kreatif. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya penerapan teknologi dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di tengah arus perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), desa ini perlu memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Salah satu solusi kunci dalam menghadapi tantangan ini adalah penerapan *digital marketing*, sebuah strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan dan menemukan pasar. Melalui *platform digital* seperti media sosial, digital marketing memungkinkan interaksi yang lebih efisien antara produsen, perantara pasar, dan konsumen. Selain itu, digital marketing juga membantu konsumen untuk mengakses informasi produk dengan lebih mudah, sehingga mereka dapat membuat keputusan pembelian secara mandiri (Naimah et al., 2020; Sihite et al., 2022). Namun, selain kemampuan digital, legalitas usaha menjadi faktor yang tidak kalah penting dalam pengembangan UMKM. Legalitas melalui perizinan, seperti kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB), menjadi syarat mutlak bagi UMKM untuk mendapatkan akses modal dan fasilitas lain dari pemerintah. Dalam konteks pasar (Suci et al., 2017) (Marthalina & Khairina, 2022). Desa Ciherang merupakan wilayah yang memiliki potensi besar melalui UMKM, tetapi banyak pelaku usaha di wilayah ini belum memanfaatkan teknologi digital dan belum memiliki legalitas usaha seperti NIB. Hal ini menjadi hambatan bagi mereka untuk berkembang di era ekonomi digital. Oleh karena itu, pendampingan dalam pembuatan NIB dan pelatihan strategi digital marketing menjadi penting untuk mendorong daya saing UMKM lokal, baik di pasar nasional maupun internasional.

Program ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada UMKM di Desa Ciherang agar mereka lebih siap menghadapi tantangan ekonomi di era Revolusi Industri 5.0 dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

TUJUAN DAN MANFAAT

Program “Mendorong Transformasi Digital Umkm Desa Ciherang: Siap Menghadapi 5.0 Dengan Inovasi Pembuatan Nib Dan Penerapan Digital Marketing” bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui inovasi dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan penerapan digital marketing. Langkah pertama dari program ini adalah membantu para pelaku usaha untuk mendapatkan legalitas melalui NIB, yang memberikan akses lebih mudah ke layanan pemerintah dan permodalan. Penerapan NIB diharapkan dapat mendorong UMKM di Desa Ciherang untuk tumbuh lebih baik dalam menghadapi tantangan ekonomi di era Revolusi Industri 5.0.

Selain itu, pelatihan digital marketing juga menjadi komponen penting untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Dengan memanfaatkan platform e-commerce seperti Shopee dan media sosial seperti TikTok, UMKM di Desa Ciherang mampu memperkenalkan produknya ke pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke tingkat nasional. Melalui digital marketing, UMKM dapat meningkatkan interaksi dengan konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

Manfaat dari program ini mencakup peningkatan keterampilan digital para pelaku UMKM, penguatan legalitas usaha, serta dukungan terhadap pengembangan infrastruktur digital. Meskipun beberapa tantangan masih ada, seperti akses internet yang belum merata dan kemampuan teknologi yang bervariasi, program ini memberikan fondasi yang kuat bagi UMKM di Desa Ciherang untuk bertransformasi secara digital dan bersaing di pasar global.

METODE PELAKSANAAN

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive, di mana kegiatan pendampingan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

(UMKM) di Desa Ciherang diawali dengan survei terhadap para pelaku usaha untuk mengidentifikasi kapasitas digital yang mereka miliki. Survei ini penting untuk memahami sejauh mana para pelaku UMKM telah memanfaatkan teknologi digital dalam operasional mereka, termasuk penggunaan media sosial, *e-commerce*, serta alat digital lainnya. Setelah survei dilakukan, para pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital diberikan pelatihan khusus yang mencakup dua bidang utama: pemasaran digital dan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Pemasaran digital sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital yang terus berkembang, sedangkan NIB membantu UMKM dalam hal legalitas dan formalitas usaha, sehingga memudahkan akses mereka ke layanan pemerintah dan permodalan (Suryani, 2020).

Pelatihan ini dilakukan dengan pendekatan workshop, yang dipilih karena memungkinkan pelaku usaha langsung mempraktikkan keterampilan baru yang mereka pelajari, dengan mempertimbangkan variasi kapasitas teknologi yang mereka miliki. Dalam workshop ini, pelaku UMKM diberi kesempatan untuk langsung mencoba alat-alat pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, pengelolaan *platform e-commerce*, serta cara mendaftarkan NIB secara online. Sebelum dan sesudah pelatihan, (Nengyanti et al., 2023).

Data dari kuesioner dianalisis menggunakan metode komparatif untuk membandingkan hasil sebelum dan sesudah pelatihan, dengan tujuan mengetahui apakah ada peningkatan dalam keterampilan digital. Analisis ini memberikan wawasan mengenai efektivitas pelatihan, khususnya dalam meningkatkan pemahaman dan penerapan pemasaran *digital* di kalangan pelaku usaha. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan UMKM di Desa Ciherang dapat memanfaatkan teknologi digital secara lebih optimal untuk meningkatkan kinerja usaha mereka (Rahmawati, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan UMKM di Desa Ciherang berfokus pada peningkatan kemampuan

digital pelaku usaha melalui pelatihan pemasaran digital dan bantuan dalam memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB). Sebanyak 15 UMKM berhasil mendapatkan NIB, yang merupakan langkah penting dalam mengintegrasikan usaha mereka secara legal ke dalam sistem ekonomi formal. Legalitas ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan akses ke berbagai fasilitas, termasuk pembiayaan, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap usaha mereka.

Pelatihan pemasaran digital yang diberikan mencakup pemanfaatan *platform e-commerce* seperti Shopee dan aplikasi media sosial seperti TikTok. Kedua *platform* ini dinilai efektif dalam memperluas jangkauan pasar UMKM, yang sebelumnya hanya beroperasi di pasar lokal. Shopee memberikan akses kepada UMKM untuk menjual produk secara online dengan jangkauan konsumen yang lebih luas, sementara TikTok memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan konten video yang kreatif dan interaktif untuk mempromosikan produk mereka kepada audiens yang lebih besar dan beragam, mampu meningkatkan eksposur dan daya saing produk UMKM, terutama di daerah terpencil seperti Desa Ciherang.



Gambar 1. Pembagian Banner UMKM

Sebelum pelatihan ini, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Ciherang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Mereka belum memahami manfaat signifikan yang ditawarkan oleh digital marketing, baik dalam hal peningkatan penjualan maupun jangkauan audiens. Oleh karena itu, pelatihan yang diberikan melalui program ini menjadi solusi yang sangat relevan, mengingat kebutuhan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan *trend digital*

yang terus berkembang di era Revolusi Industri 5.0.

Program pendampingan ini juga mencakup seminar yang dihadiri oleh 56 peserta, terdiri dari pelaku UMKM, perangkat desa, dan lembaga-lembaga di Desa Ciherang. Seminar ini memberikan wawasan dan panduan mengenai pentingnya digitalisasi dalam operasional UMKM, sekaligus menjelaskan langkah-langkah praktis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing usaha.

Tim pendampingan melakukan pendekatan *door-to-door* dengan mendatangi enam dusun yang ada di Desa Ciherang. Pendekatan ini bertujuan untuk membantu pembuatan NIB dan melakukan pendataan ulang terkait update terbaru UMKM di desa tersebut. Hasilnya, 15 UMKM berhasil mendapatkan NIB, 7 UMKM dibantu dalam pembuatan logo, 3 UMKM dibuatkan banner untuk keperluan promosi, dan 20 UMKM menerima dukungan khusus dalam hal promosi melalui media digital.



Gambar 2. Penyerahan NIB Kepada UMKM

Setelah program pendampingan, terjadi peningkatan signifikan dalam keterampilan *digital* pelaku UMKM. Beberapa UMKM yang sebelumnya hanya memasarkan produk secara lokal mulai memanfaatkan Shopee dan TikTok untuk memperkenalkan dan menjual produk mereka secara lebih luas. Penggunaan *platform digital* ini memberikan mereka akses ke pasar

nasional, bahkan membuka peluang untuk bersaing di pasar internasional. Dengan adanya kemampuan baru ini, UMKM di Desa Ciherang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan mereka secara berkelanjutan.

Namun, dalam implementasi program ini, terdapat beberapa tantangan signifikan yang dihadapi. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses internet yang stabil di Desa Ciherang. Koneksi internet yang lambat dan tidak konsisten sering kali menjadi kendala bagi pelaku UMKM untuk menjalankan pemasaran *digital* secara rutin dan efektif. Selain itu, pemahaman teknologi yang bervariasi di antara pelaku UMKM juga menjadi tantangan. Beberapa pelaku usaha masih merasa kesulitan dalam mengoperasikan platform digital dengan maksimal, meskipun telah diberikan pelatihan.

Solusi jangka panjang yang direkomendasikan untuk mengatasi masalah ini adalah perluasan infrastruktur digital di Desa Ciherang. Pemerintah atau pihak terkait perlu memprioritaskan pembangunan jaringan internet yang lebih baik, sehingga transformasi *digital* UMKM dapat berlangsung dengan optimal. Selain itu, program pendampingan yang berkelanjutan juga sangat diperlukan. Dukungan jangka panjang melalui pelatihan lanjutan dan konsultasi intensif sangat penting untuk memastikan bahwa pelaku UMKM di Desa Ciherang dapat terus meningkatkan kemampuan digital mereka, memanfaatkan teknologi secara efektif, dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Untuk mengembangkan hasil dari kegiatan *One Product One Village (OVOP)* yang bertujuan mendukung sektor perekonomian UMKM, beberapa langkah yang bisa dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Membuat Logo untuk UMKM yang Belum Memiliki Logo. Logo adalah elemen visual yang sangat penting bagi identitas sebuah brand. Dalam membantu UMKM yang belum memiliki logo, prosesnya bisa mencakup langkah-langkah berikut:
 - Penelitian dan Pemahaman: Pahami produk dan target pasar dari UMKM yang akan dibuatkan logo. Pastikan logo dapat

merepresentasikan nilai dan kualitas produk.

- Desain Logo yang Sederhana tapi Mengesankan: Logo sebaiknya sederhana namun kuat dalam menyampaikan identitas merek. Gunakan warna dan bentuk yang mudah diingat.
 - Uji Coba dan Evaluasi: Sebelum diluncurkan, mintalah masukan dari beberapa pihak terkait desain logo untuk memastikan logo sesuai dengan target pasar.
2. Mengubah Kemasan Produk agar Memiliki Harga Jual yang Tinggi. Kemasan produk berperan penting dalam persepsi konsumen tentang nilai suatu produk. UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam mendesain kemasan yang profesional. Langkah-langkah yang dapat diambil:
- Material Kemasan yang Berkualitas: Pilih bahan kemasan yang sesuai dengan standar kualitas produk, namun tetap terjangkau.
 - Desain yang Menarik dan Informasi yang Jelas: Selain menarik secara visual, kemasan harus memberikan informasi yang jelas seperti komposisi, tanggal produksi, dan kontak. Gunakan desain grafis yang sesuai dengan karakter produk.
 - Fungsionalitas dan Ramah Lingkungan: Kemasan harus praktis digunakan oleh konsumen, dan jika memungkinkan, menggunakan bahan yang ramah lingkungan untuk menambah nilai jual.
3. Pembuatan Banner untuk Promosi UMKM. Agar UMKM dikenal oleh masyarakat luas, banner bisa menjadi alat promosi yang efektif. Banner ini bisa digunakan baik secara *digital* (untuk promosi *online*) maupun cetak (untuk acara pameran atau promosi fisik). Berikut langkah-langkah yang bisa diterapkan:
- Desain Visual yang Menarik: Banner harus memuat logo, gambar produk, dan informasi utama secara ringkas tapi menarik.
 - Pemilihan Kata yang Efektif: Gunakan kalimat promosi yang singkat dan jelas untuk menggugah minat konsumen.

- Strategi Pemasaran yang Tepat: Banner sebaiknya ditempatkan di tempat strategis atau platform digital yang sering diakses oleh target pasar.

Tabel 1. Kegiatan UMKM

Kegiatan UMKM	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Pembuatan NIB	30%	80%
Pemasaran Digital	20%	100%



Gambar 3. Foto Bersama Setelah Seminar Digital Marketing

KESIMPULAN

Revolusi Industri 5.0 telah membuka babak baru bagi UMKM di Indonesia, termasuk di Desa Ciherang, di mana teknologi digital bukan lagi sekadar pilihan, tetapi menjadi kebutuhan untuk bertahan dan berkembang di era global yang kompetitif. Melalui program pendampingan ini, UMKM di Desa Ciherang berhasil mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasional mereka, dengan 15 UMKM kini memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan puluhan lainnya mulai aktif memanfaatkan *platform e-commerce* seperti Shopee dan media sosial TikTok untuk memasarkan produk mereka.

Transformasi ini menunjukkan bahwa, meskipun UMKM di Desa Ciherang sebelumnya bergantung pada metode pemasaran tradisional, mereka mampu dengan cepat beradaptasi dan memanfaatkan potensi besar yang ditawarkan oleh *digital marketing*. Dampaknya nyata: jangkauan pasar mereka tidak lagi terbatas secara geografis, membuka peluang untuk menembus pasar nasional dan bahkan internasional.

Namun, perjalanan ini belum selesai. Tantangan seperti akses internet yang belum merata dan kemampuan teknologi yang beragam di kalangan pelaku usaha tetap menjadi hambatan. Untuk itu, investasi pada infrastruktur digital dan pendampingan berkelanjutan sangat penting untuk memastikan UMKM di Desa Ciherang dapat terus tumbuh dan menjadi pionir perubahan di tengah derasnya arus Revolusi Industri 5.0. Dengan semangat adaptasi dan kolaborasi yang kuat antara teknologi dan sumber daya manusia, Desa Ciherang siap melangkah ke masa depan yang lebih cerah dan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Marthalina, M., & Khairina, U. (2022). Sosialisasi dan Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui Online Single Submission (OSS) kepada Pelaku Usaha Mikro di Desa Sukahayu Kecamatan Rancakalong Kabupaten Sumedang. *Civitas Consecratio: Journal of Community Service and Empowerment*, 2(1), 51–63.
<https://doi.org/10.33701/cc.v2i1.2523>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39.
<https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Nengyanti, N., Putri, A. U., Nasyaya, A., & ... (2023). Kreativitas, Inovasi dan Transformasi Digital: Pengabdian Masyarakat kepada Pelaku UMKM. *CARADDE: Jurnal ...*, 6, 129–137.
- Sihite, M., Sembiring, R., Gultom, R., Silalahi, S. P. R., Normi, S., Melianna, S., Rajagukguk, T., Winarto, W., Marbun, S. N. B., Sitohang, R., Siregar, S., & Panggabean, T. (2022). Penyuluhan Kiat Untuk Memulai Usaha Baru Kepada Pengurus Badan Keswadayaan Masyarakat (Bkm) Damai Sejahtera. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 2(2), 167–171.
<https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol2No2.pp167-171>
- Suci, Y. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*, 6(1), 51–58.