

MOTIVASI FREELANCER MUDA SEBAGAI ENTREPRENEUR MELALUI PEMBENTUKAN LEGALITAS USAHA DAN PEMBUATAN COMPANY PROFILE YANG BERSAING

Muhammad Rahmatul Burhan^{1*}, Sterinalita Costiana², Kinanti Arinda Putri³

¹Universitas Muhammadiyah Mataram

²Santika Hotel Mataram

³Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ramaehrama@gmail.com^{1*}, litacostiana.lc@gmail.com², putriarinda325@gmail.com³

Received: 04-12-2025

Revised: 09-12-2025

Approved: 22-12-2025

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi, mindset kewirausahaan, dan kapasitas freelancer muda dalam bertransformasi menjadi entrepreneur yang berdaya saing melalui pembentukan legalitas usaha dan pembuatan company profile yang profesional. Metode pengabdian yang digunakan adalah pendekatan partisipatif yang dilaksanakan melalui tahapan persiapan dan identifikasi khalayak sasaran, sosialisasi dan edukasi, pendampingan pendirian PT Perorangan, pengembangan company profile digital, serta evaluasi dan monitoring pasca-kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pemahaman peserta terhadap pentingnya legalitas usaha, ditandai dengan terbentuknya 10 PT Perorangan atau sebesar 33% dari total peserta, serta perubahan persepsi bahwa pendirian badan usaha formal tidak lagi rumit dan mahal. Seluruh peserta berhasil menghasilkan company profile digital dengan kualitas mayoritas baik hingga sangat baik, yang berdampak pada meningkatnya kepercayaan diri, profesionalisme, peluang akses pasar, kemitraan, pembiayaan, serta proyek bernilai lebih besar. Simpulan dari kegiatan ini adalah bahwa pembentukan legalitas usaha dan pengembangan company profile yang kompetitif terbukti efektif dalam memotivasi freelancer muda untuk bertransformasi menjadi entrepreneur formal yang berorientasi pada keberlanjutan, kolaborasi, dan pertumbuhan bisnis jangka panjang, sekaligus berkontribusi pada penguatan ekosistem kewirausahaan dan ekonomi lokal.

Kata Kunci: Freelancer Muda, Legalitas Usaha, Company Profile, Kewirausahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan *platform* ekonomi berbagi (*sharing economy*) telah menciptakan ekosistem baru bagi tenaga kerja muda Indonesia, khususnya dalam bentuk pekerjaan lepas atau *freelance* (Ayu, 2024; Hansen et al., 2025). *Freelancing* menawarkan fleksibilitas, kebebasan kreativitas, dan peluang pendapatan yang menarik bagi generasi milenial dan generasi Z (Putri & Arifianto, 2024). Data dari Asosiasi Freelancer Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pekerja *freelance* di Indonesia mengalami peningkatan signifikan, terutama pasca pandemi COVID-19 yang mendorong digitalisasi berbagai sektor ekonomi (Masakazu et al., 2023; Permana et al., 2022). Wilayah Nusa Tenggara Barat, khususnya Kota Mataram dan Lombok, memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif dan digital. Keindahan alam, kekayaan budaya lokal, dan pertumbuhan sektor pariwisata menciptakan peluang bisnis yang beragam bagi *freelancer* muda di bidang kuliner, fashion, jasa kreatif, dan perdagangan souvenir (Burhan, 2021). Namun, sebagian besar *freelancer* muda di wilayah ini masih beroperasi secara informal tanpa memiliki legalitas usaha yang jelas.

Ketiadaan legalitas usaha formal menjadi hambatan utama bagi *freelancer* untuk berkembang menjadi *entrepreneur* yang *sustainable* (Putra et al., 2025). Penelitian oleh Carrasco et al., (2025) menunjukkan bahwa usaha mikro tanpa badan hukum mengalami kesulitan dalam mengakses pembiayaan formal, membangun kerjasama dengan perusahaan besar, dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, tanpa identitas

usaha yang jelas, kredibilitas bisnis di mata konsumen dan mitra potensial menjadi rendah (Fuoli, 2018). Pemerintah Indonesia melalui Undang-Undang Cipta Kerja telah memberikan kemudahan bagi pelaku usaha mikro untuk mendirikan badan usaha berbentuk PT Perorangan dengan prosedur yang sederhana dan biaya terjangkau (Burhan & Costiana, 2025). Kemudahan ini memberikan kesempatan bagi *freelancer* untuk meningkatkan status usahanya dari informal menjadi formal dengan perlindungan hukum yang lebih baik (Singh, 2023). Namun, banyak *freelancer* muda yang belum mengetahui atau memahami manfaat dan prosedur pendirian badan usaha formal ini. Selain legalitas, aspek pemasaran yang profesional juga menjadi kunci sukses dalam persaingan bisnis modern.

Company profile yang dirancang dengan baik berfungsi sebagai wajah perusahaan yang mencerminkan profesionalisme, kredibilitas, dan *value proposition* kepada calon konsumen dan mitra bisnis (Muliadie, 2020). Dalam era digital, *company profile* tidak hanya berbentuk dokumen cetak tetapi juga mencakup kehadiran digital yang kuat melalui *website*, media sosial, dan *platform e-commerce* (Gadetska & Tochalna, 2023). Berdasarkan analisis situasi di lapangan, tim pengabdian mengidentifikasi beberapa permasalahan utama yang dihadapi *freelancer* muda di Kota Mataram dan Lombok: (1) rendahnya pemahaman tentang pentingnya legalitas usaha dan prosedur pendiriannya, (2) terbatasnya pengetahuan dalam merancang identitas bisnis dan *company profile* yang profesional, (3) minimnya motivasi untuk bertransformasi dari *freelancer* menjadi *entrepreneur* formal karena persepsi bahwa prosesnya rumit dan mahal, serta (4) kurangnya keterampilan dalam mempresentasikan *value proposition* bisnis kepada pasar yang lebih luas. Melihat permasalahan tersebut, diperlukan intervensi dalam bentuk program pengabdian kepada masyarakat yang komprehensif untuk meningkatkan kapasitas *freelancer* muda. Program ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga pendampingan praktis dalam proses pembuatan legalitas usaha dan pengembangan *company profile*. Dengan demikian, diharapkan *freelancer* muda dapat termotivasi untuk bertransformasi menjadi *entrepreneur* yang memiliki daya saing tinggi dan berkelanjutan.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: (1) meningkatkan pemahaman *freelancer* muda tentang pentingnya legalitas usaha dan manfaat PT Perorangan, (2) memfasilitasi proses pendaftaran dan pendirian PT Perorangan bagi peserta yang siap, (3) mengembangkan kemampuan peserta dalam merancang *company profile* yang profesional dan kompetitif, serta (4) meningkatkan motivasi dan *mindset entrepreneurial freelancer* muda untuk mengembangkan usahanya secara formal dan berkelanjutan. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan ekonomi lokal melalui peningkatan jumlah pelaku usaha formal yang kredibel dan kompetitif. Secara lebih luas, program ini juga mendukung upaya pemerintah dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang inklusif dan mendorong transformasi ekonomi digital di daerah.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan *freelancer* muda secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Metode yang digunakan dirancang untuk memberikan dampak yang terukur dan berkelanjutan bagi peserta. Kegiatan dilaksanakan selama 4 bulan dari bulan Agustus hingga November 2025 di wilayah Kota Mataram dan Kabupaten Lombok, Nusa Tenggara Barat.

- 1) Tahap Persiapan dan Identifikasi Khalayak Sasaran
 - Tahap persiapan dimulai dengan survei pendahuluan untuk mengidentifikasi *freelancer* muda yang potensial untuk dikembangkan menjadi *entrepreneur* formal. Tim pengabdian melakukan koordinasi dengan berbagai komunitas *freelancer*, inkubator bisnis, dan dinas terkait untuk menjangkau calon peserta. Kriteria khalayak sasaran meliputi: (1) usia 20-35 tahun, (2) telah menjalankan aktivitas *freelance* minimal 6 bulan, (3) memiliki komitmen untuk mengembangkan usaha secara formal, dan (4) berdomisili di wilayah Kota Mataram atau Lombok.
 - Dari proses seleksi awal, terpilih 30 peserta yang berasal dari berbagai bidang usaha, antara lain: kuliner (9 peserta), fashion lokal (6 peserta), jasa kreatif seperti desain grafis dan videografi (8 peserta), serta perdagangan produk lokal dan souvenir (7 peserta). Keberagaman bidang usaha ini memberikan dinamika yang kaya dalam proses pembelajaran dan *sharing* pengalaman antar peserta.
- 2) Tahap Sosialisasi dan Edukasi

Tahap sosialisasi dilaksanakan melalui workshop intensif yang menghadirkan narasumber dari praktisi bisnis dan akademisi bidang kewirausahaan. Materi sosialisasi mencakup: (1) transformasi mindset dari *freelancer* ke *entrepreneur*, (2) regulasi dan prosedur pendirian PT Perorangan, (3) manfaat legalitas usaha dalam pengembangan bisnis, (4) prinsip-prinsip branding dan *corporate identity*, serta (5) strategi pemasaran digital untuk UMKM. Metode penyampaian materi menggunakan kombinasi presentasi, diskusi interaktif, dan studi kasus bisnis sukses. Peserta diberikan modul pembelajaran berisi panduan praktis prosedur pendirian PT Perorangan dan *template company profile*.
- 3) Tahap Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha

Setelah sesi sosialisasi, peserta yang siap melanjutkan ke tahap pendirian PT Perorangan mendapatkan pendampingan intensif dari tim pengabdian. Proses pendampingan meliputi: (1) konsultasi bisnis untuk menentukan nama, visi, misi, dan bidang usaha yang akan didaftarkan, (2) persiapan dokumen persyaratan seperti KTP, KK, dan NPWP, (3) pendaftaran *online* melalui sistem AHU Online Kementerian Hukum, serta (4) monitoring hingga terbitnya Sertifikat Pendaftaran Pendirian PT Perorangan.
- 4) Tahap Pengembangan *Company Profile*
 - Secara paralel dengan proses legalitas, peserta mengikuti *workshop* pengembangan *company profile* yang dibagi menjadi beberapa sesi: (1) identifikasi *unique selling proposition* dan target pasar, (2) desain penyusunan konten *company profile* meliputi profil perusahaan, produk/layanan, visi-misi, dan keunggulan kompetitif, serta (4) optimalisasi kehadiran digital melalui *website* sederhana dan media sosial.
 - Peserta bekerja dalam kelompok-kelompok kecil dengan didampingi mentor yang memiliki keahlian di bidang desain grafis dan digital marketing. Setiap peserta menghasilkan *company profile* dalam format digital (PDF) yang siap digunakan untuk presentasi kepada calon klien dan mitra bisnis. Beberapa

peserta juga mengembangkan versi *website* sederhana menggunakan *platform website builder* yang *user-friendly*.

5) Tahap Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi kegiatan dilakukan secara berkala dan komprehensif dengan menggunakan beberapa indikator keberhasilan: (1) jumlah peserta yang berhasil mendirikan PT Perorangan, (2) kualitas *company profile* yang dihasilkan dinilai oleh panel ahli, (3) peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, serta (4) perubahan sikap dan motivasi entrepreneurial peserta. Monitoring pasca-kegiatan dilaksanakan selama 1 bulan setelah program berakhir untuk mengukur implementasi hasil kegiatan dalam operasional bisnis peserta. Tim pengabdian melakukan kunjungan lapangan dan komunikasi berkala dengan peserta untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dan memberikan konsultasi lanjutan bila diperlukan.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil melibatkan 30 *freelancer* muda dengan rentang usia 20-30 tahun. Mayoritas peserta (60%) berada pada rentang usia 20-25 tahun, yang menunjukkan bahwa kelompok usia ini merupakan segmen yang paling aktif dalam aktivitas *freelancing*. Dari segi tingkat pendidikan, 43% peserta memiliki pendidikan sarjana, 37% diploma, dan 20% SMA/SMK, menunjukkan keberagaman tingkat pendidikan yang cukup representatif. Berdasarkan bidang usaha, distribusi peserta terdiri dari: kuliner tradisional dan modern (30%), fashion lokal berbasis budaya Lombok (20%), jasa kreatif digital seperti desain grafis, videografi, dan fotografi (27%), serta perdagangan produk lokal dan souvenir (23%). Keberagaman bidang usaha ini mencerminkan potensi ekonomi kreatif yang kaya di wilayah Nusa Tenggara Barat. Dalam Peningkatan Pemahaman tentang Legalitas Usaha, hasil menunjukkan bahwa hanya 23% peserta yang memiliki pemahaman baik tentang pentingnya legalitas usaha dan prosedur pendirian PT Perorangan sebelum mengikuti program. Mayoritas peserta (67%) memiliki persepsi bahwa pendirian badan usaha formal adalah proses yang rumit, mahal, dan memakan waktu lama.

Bahkan 10% peserta berpendapat bahwa legalitas usaha tidak terlalu penting selama bisnis mereka berjalan dengan baik. Setelah mengikuti sesi sosialisasi dan edukasi, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta. 87% peserta memiliki pemahaman baik tentang legalitas usaha dan prosedur pendirian PT Perorangan. Peserta menyadari bahwa kemudahan yang diberikan pemerintah melalui sistem AHU Online membuat proses pendirian PT Perorangan menjadi lebih cepat dan terjangkau dibandingkan persepsi awal mereka. Peningkatan pemahaman ini menunjukkan bahwa sosialisasi yang efektif dapat mengubah persepsi pelaku UMKM tentang kompleksitas pendirian badan usaha formal (Rohani et al., 2024). Peserta juga mulai memahami berbagai manfaat legalitas usaha, seperti kemudahan akses pembiayaan, kredibilitas yang lebih tinggi di mata konsumen dan mitra bisnis, serta perlindungan hukum atas aset bisnis mereka.

Tabel 1.
Usaha Legal yang Terbentuk

No	Nama Usaha	Bidang	Lokasi
1	PT Dapur Lezat Bersama	Kuliner tradisional dan catering	Kota Mataram
2	PT Souvenir Wisata Nusantara	Souvenir dan	Lombok Barat

No	Nama Usaha	Bidang	Lokasi
		kerajinan lokal	
3	PT Sea Sky Visual	Videografi dan fotografi	Kota Mataram
4	PT Makanan Nusantara Sejahtera	Kuliner berbasis produk lokal	Kota Mataram
5	PT Picnic Tales Lombok	Penyewaan dan sewa guna alat rekreasi	Kota Mataram
6	PT Usaha Empat Bersama	Kue basah	Kota Mataram
7	PT Sweetnalg Cipta Rasa	Dessert dan minuman	Kota Mataram
8	PT Gelang Handmade Lombok	Kerajinan tangan fashion accessories	Kota Mataram
9	PT Oki Purwito Saputra	Perdagangan umum	Kota Mataram
10	PT Lombok Heritage Treasures	Souvenir budaya	Lombok Tengah

Tingkat realisasi 33% dapat dikategorikan cukup baik mengingat proses pendirian badan usaha memerlukan komitmen, persiapan dokumen, dan investasi modal awal. Peserta yang belum melanjutkan ke tahap pendirian umumnya masih memerlukan waktu untuk konsolidasi bisnis dan persiapan modal. Namun, mereka telah memiliki pemahaman yang cukup dan berencana untuk mendirikan PT Perorangan dalam 6-12 bulan ke depan.



Gambar 1. Sertifikat Pendirian Usaha T Perorangan Kementerian Hukum RI

Gambar 1 menunjukkan bentuk setifikat pendirian badan usaha PT Perorangan atau Peseroan Perorangan yang merupakan program pemerintah melalui Kementerian Hukum RI untuk memudahkan para pelaku usaha melegalkan badan usahanya. Walau telah berhasil, kegiatan ini tidak lepas dari hambatan di lapangan. Hambatan utama yang dihadapi peserta dalam proses pendirian PT Perorangan meliputi: (1) kesulitan

dalam menentukan bidang usaha yang spesifik karena banyak yang menjalankan multi-jenis usaha (43% peserta), serta (2) masalah teknis dalam sistem AHU Online seperti server yang lambat atau error (20% peserta). Tim pengabdian memberikan solusi atas hambatan tersebut dengan memfasilitasi konsultasi bisnis untuk membantu peserta fokus pada *core business* mereka, serta melakukan *troubleshooting* teknis dalam penggunaan sistem *online*. Pendampingan intensif ini terbukti efektif dalam meningkatkan tingkat keberhasilan pendirian PT Perorangan.

Seluruh peserta (100%) berhasil menghasilkan *company profile* dalam format digital dengan kualitas yang bervariasi. Evaluasi oleh panel ahli yang terdiri dari praktisi bisnis dan akademisi menunjukkan bahwa 40% *company profile* berkategori sangat baik, 47% berkategori baik, dan 13% berkategori cukup. Tidak ada *company profile* yang berkategori kurang, menunjukkan bahwa *workshop* dan pendampingan yang diberikan cukup efektif. *Company profile* yang dihasilkan peserta memuat elemen-elemen penting seperti: (1) profil perusahaan yang menjelaskan latar belakang, visi, dan misi, (2) deskripsi produk atau layanan dengan visual yang menarik, (3) *unique selling proposition* yang membedakan mereka dari kompetitor, (4) informasi kontak dan media sosial, serta (5) testimoni atau portofolio kerja untuk bidang jasa kreatif.



Gambar 2. Company Profile dari Peserta

Beberapa *company profile* yang berkategori sangat baik berhasil mengintegrasikan identitas budaya lokal Lombok ke dalam desain visual mereka. Misalnya, PT Souvenir Wisata Nusantara menggunakan motif tenun ikat khas Lombok sebagai elemen dekoratif dalam *company profile* mereka, menciptakan diferensiasi yang kuat dan autentik. PT Sky Visual menampilkan portofolio pekerjaan mereka dengan

layout yang *clean* dan modern, mencerminkan profesionalisme dalam industri kreatif. Pengembangan *company profile* ini sejalan dengan penelitian Shams et al., (2024) yang menekankan pentingnya identitas visual yang kuat dalam membangun *brand recognition* dan *trust* di era digital. Peserta melaporkan bahwa setelah memiliki *company profile* profesional, mereka merasa lebih percaya diri dalam melakukan *pitching* kepada calon klien korporat dan mendapatkan respons yang lebih positif.

Salah satu dampak paling signifikan dari kegiatan ini adalah perubahan *mindset* peserta dari “pekerja lepas” menjadi “*entrepreneur*”. Wawancara mendalam dengan peserta mengungkapkan beberapa perubahan sikap yang penting:

Pertama, peserta mulai berpikir jangka panjang tentang keberlanjutan bisnis mereka. Sebelum program, mayoritas peserta berfokus pada pendapatan harian atau proyek per proyek tanpa visi jangka panjang. Setelah program, mereka mulai membuat *business plan* sederhana, menetapkan target pertumbuhan, dan berpikir tentang skalabilitas bisnis mereka. Kedua, kesadaran tentang pentingnya profesionalisme meningkat drastis. Peserta menyadari bahwa untuk bersaing di pasar yang lebih luas, mereka perlu mengelola bisnis secara profesional dengan sistem yang terstruktur, bukan hanya mengandalkan *skill* teknis mereka. Hal ini tercermin dari upaya mereka dalam membuat sistem pembukuan sederhana, kontrak kerja dengan klien, dan *standard operating procedure* untuk layanan mereka. Ketiga, *networking mindset* juga berkembang dengan baik. Selama program berlangsung, peserta dari berbagai bidang usaha saling berkolaborasi dan menciptakan sinergi bisnis. Misalnya, peserta dari bidang jasa kreatif bekerja sama dengan peserta dari bidang kuliner untuk mengembangkan konten visual promosi yang lebih menarik. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung. Perubahan *mindset* ini sesuai dengan teori *entrepreneurial intention* yang menyatakan bahwa pendidikan dan *exposure* dapat meningkatkan intensi seseorang untuk menjadi *entrepreneur* (Fayolle & Liñán, 2014; Hueso et al., 2021). Program pengabdian ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga menciptakan ekosistem pembelajaran yang mendukung transformasi identitas dari *freelancer* menjadi *entrepreneur*.

Dampak terhadap Kinerja Bisnis : Meskipun periode monitoring pasca-program masih relatif singkat (1 bulan), telah terlihat beberapa indikator awal dampak positif terhadap kinerja bisnis peserta. Untuk peserta yang bergerak di bidang jasa kreatif, adanya PT Perorangan membuka peluang untuk mengikuti tender proyek pemerintah dan korporat yang sebelumnya tidak dapat mereka akses. Salah satu peserta dari PT Sea Sky Visual berhasil memenangkan tender dokumentasi kegiatan dari salah satu dinas pemerintah daerah senilai Rp 45 juta, yang merupakan kontrak terbesar yang pernah mereka dapatkan. Peserta dari bidang kuliner juga melaporkan peningkatan kepercayaan konsumen dan kemudahan dalam mengembangkan kerjasama dengan *supplier*. PT Makanan Nusantara Sejahtera berhasil menjalin kerjasama dengan beberapa hotel untuk *supply* produk kuliner lokal mereka, sesuatu yang sulit dilakukan sebelumnya karena hotel mensyaratkan *supplier* yang berbadan hukum dan memiliki izin edar resmi. Dari sisi akses pembiayaan, 4 peserta yang telah memiliki PT Perorangan sedang dalam proses pengajuan kredit usaha ke bank dengan plafon Rp 50-100 juta. Bank menilai bahwa keberadaan badan hukum dan *company profile* yang jelas memperkuat proposal kredit mereka.

Pelaksanaan program ini juga menghadapi beberapa tantangan yang memberikan pembelajaran berharga. Tantangan pertama adalah perbedaan kesiapan dan komitmen peserta. Tidak semua peserta memiliki tingkat komitmen yang sama

dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Beberapa peserta hanya mengikuti sesi sosialisasi tanpa melanjutkan ke tahap implementasi. Hal ini menunjukkan perlunya proses seleksi yang lebih ketat di awal program untuk memastikan peserta benar-benar siap dan berkomitmen (Liu et al., 2024).



Gambar 3. Kelompok Peserta Freelancer dalam 2 Kelompok

Gambar 3 menunjukkan peserta yang konsisten sampai tahap implementasi praktik usaha, karena beberapa di antaranya hanya mengikuti sosialisasi tanpa ada langkah lanjutan. Tantangan kedua adalah kompleksitas teknis sistem *online* pemerintah yang masih belum *user-friendly* bagi sebagian peserta. Meskipun pemerintah telah berupaya menyederhanakan prosedur melalui sistem digital, masih ada kendala teknis seperti server yang sering *down*, *error* dalam proses *upload* dokumen, dan *interface* yang membingungkan bagi pengguna awam. Hal ini memerlukan pendampingan teknis yang intensif dari tim pengabdian. Kendala ini menjadi penyebab utama tidak konsistennya peserta. Tantangan ketiga adalah keterbatasan waktu program untuk memberikan pendampingan hingga bisnis peserta benar-benar stabil. Satu bulan monitoring pasca-program dirasa masih kurang untuk melihat dampak jangka panjang. Beberapa peserta masih memerlukan konsultasi lanjutan terkait pengelolaan keuangan, perpajakan, dan strategi pengembangan bisnis. Hal ini mengindikasikan perlunya program pendampingan lanjutan atau inkubasi bisnis yang lebih panjang. Dari segi program pemasaran digital, mereka memerlukan materi tentang *digital marketing* yang lebih mendalam, khususnya strategi SEO dan sosial media *advertising*. Beberapa peserta juga menyarankan adanya sesi khusus tentang manajemen keuangan dan perpajakan untuk PT Perorangan, mengingat ini adalah aspek yang belum mereka pahami sepenuhnya.

Adapun Kontribusi terhadap Pengembangan Ekonomi Lokal : Kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ekonomi lokal Nusa Tenggara Barat dalam beberapa aspek. Pertama, meningkatkan jumlah pelaku usaha formal yang tercatat secara legal. Dengan 10 PT Perorangan baru yang terdaftar, terjadi penambahan entitas bisnis formal yang dapat berkontribusi pada pajak daerah dan menciptakan lapangan kerja baru. Kedua, meningkatkan kualitas dan daya saing produk lokal. *Company profile* profesional yang dikembangkan peserta membantu produk dan jasa lokal dapat bersaing lebih baik dengan produk dari luar

daerah. Beberapa peserta bahkan telah mulai merambah pasar di luar NTB melalui *platform e-commerce* dan kerjasama dengan distributor di pulau Jawa. Ketiga, menciptakan *role model entrepreneur* muda yang dapat menginspirasi *freelancer* lainnya. Keempat, memperkuat ekosistem kewirausahaan lokal melalui kolaborasi antar pelaku usaha. *Networking* yang terbangun selama program menciptakan rantai nilai (*value chain*) yang saling menguntungkan. Misalnya, peserta dari bidang jasa kreatif menyediakan layanan desain dan promosi untuk peserta dari bidang kuliner, sementara peserta dari bidang kuliner menyediakan katering untuk acara-acara bisnis yang diselenggarakan oleh peserta lainnya.

KESIMPULAN

Bahwa pembentukan legalitas usaha dan pengembangan *company profile* yang profesional mampu meningkatkan motivasi, *mindset*, dan kapasitas *freelancer* muda untuk bertransformasi menjadi *entrepreneur* yang berdaya saing. Hasil kegiatan memperlihatkan peningkatan signifikan pemahaman peserta terhadap pentingnya legalitas usaha, yang ditandai dengan terbentuknya 10 PT Perorangan (33% dari peserta) serta perubahan persepsi bahwa pendirian badan usaha tidak lagi dianggap rumit dan mahal. Seluruh peserta berhasil menghasilkan *company profile* digital dengan kualitas mayoritas baik hingga sangat baik, yang berdampak pada meningkatnya kepercayaan diri, profesionalisme, serta peluang akses pasar, kemitraan, pembiayaan, dan proyek bernilai lebih besar. Selain capaian teknis, kegiatan ini juga mendorong perubahan *mindset* dari *freelancer* berbasis proyek jangka pendek menuju *entrepreneur* dengan orientasi keberlanjutan, kolaborasi, dan pertumbuhan bisnis jangka panjang. Dengan demikian, program ini terbukti efektif dalam memotivasi *freelancer* muda menjadi pelaku usaha formal yang kompetitif sekaligus berkontribusi terhadap penguatan ekosistem kewirausahaan dan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, R. (2024). Role of Gig Economy Participation in Shaping Worker Economic Security in Indonesia. *International Journal of Sociology*, 8(3), 14–23. <https://doi.org/10.47604/IJS.2830>
- Burhan, M. R. (2021). Pendampingan Pembentukan Usaha Perjalanan Wisata Sebagai Pendukung Pariwisata Lombok. *JP-Publik*, 30–42.
- Burhan, M. R., & Costiana, S. (2025). Promosi UMKM untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Legalitas Badan Usaha di Kemenkumham NTB. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 3(3), 579–591. <https://doi.org/10.59407/JPKI2.V3I3.2384>
- Carrasco, M. J. G., Carrasco, P. M. R., & Bravo, L. G. B. (2025). Entrepreneurship and Legislation: Pillars for Sustainable Development. *Journal of Posthumanism*, 5(5), 5029–5037. <https://doi.org/10.63332/joph.v5i5.2085>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2013.11.024>
- Fuoli, M. (2018). Building a Trustworthy Corporate Identity: A Corpus-Based Analysis of Stance in Annual and Corporate Social Responsibility Reports. *Applied Linguistics*, 39(6), 846–885. <https://doi.org/10.1093/applin/amw058>
- Gadetska, Z., & Tochalna, A. (2023). Business Profile In Social Networks – An Effective Tool For Business. *Market Infrastructure*, 73, 186–191.

- <https://doi.org/10.32782/infrastruct73-31>
- Hansen, W., Listiana, E., Irdhayanti, E., Daud, I., & Marumpe, D. P. (2025). Pengaruh Stres dan Rewards terhadap Kepuasan Freelancer Gen Z: Peran Motivasi. *Mutiara: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 3(2), 86–100. <https://doi.org/10.61404/MUTIARA.V3I2.396>
- Hueso, J. A., Jaén, I., & Liñán, F. (2021). From personal values to entrepreneurial intention: a systematic literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(1), 205–230. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2020-0383>
- Liu, S., Watts, D., Feng, J., Wu, Y., & Yin, J. (2024). Unpacking the Effects of Socialization Programs on Newcomer Retention: A Meta-Analytic Review of Field Experiments. *Psychological Bulletin*, 150(1), 1–26. <https://doi.org/10.1037/BUL0000422>
- Masakazu, K., Sisdiyanto, E., Suwardika, G., & Nugroho, D. S. (2023). Peran Digital Freelancer Marketplace dan Media Sosial Terhadap Perkembangan Gig Economy Worker. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1). <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15>
- Muliadie, S. K. (2020). Introducing PT. Adikarya Multi Teknologi Mandiri Using a Company Profile. *K@ta Kita*, 8(1), 39–50. <https://doi.org/10.9744/katakita.8.1.39-50>
- Permana, M. Y., Izzati, N. R., & Askar, M. W. (2022). Measuring The Gig Economy in Indonesia: Typology, Characteristics, and Distribution. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 21(3), 339–358. <https://doi.org/10.12695/JMT.2022.21.3.7>
- Putra, M. Z. I. S., Fadil, C., & Imaningsih, N. (2025). Micro Business Development Strategy by Creating Business Identification Number (NIB) in Wonoayu District. *Unram Journal of Community Service*, 6(1), 25–28. <https://doi.org/10.29303/UJCS.V6I1.790>
- Putri, D. M., & Arifianto, C. (2024). Choosing as a Freelancer: What should Gen Z prepare for? *Journal Economic Business Innovation*, 1(3), 249–257. <https://doi.org/10.69725/jebi.v1i3.95>
- Rohani, S., Asikin, U., Widiyastuti, S., Rachmawati, R., Yaniza, T., & Sari, D. P. (2024). Sosialisasi Terhadap Prosedur Pendirian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5(2), 1005–1011. <https://doi.org/10.46306/JABB.V5I2.1113>
- Shams, R., Chatterjee, S., & Chaudhuri, R. (2024). Developing brand identity and sales strategy in the digital era: Moderating role of consumer belief in brand. *Journal of Business Research*, 179, 114689. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2024.114689>
- Singh, D. (2023). Theoretical Integration of Gig Economy: Exploring various Prospects, Challenges and Regulatory Measures. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 5. www.ijfmr.com