

ISSN (Online) 3090-7284, DOI: 10.25134/bakti.v1i4.46

Bakti Lestari
Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan

Available online at: https://bakti.uniku.ac.id/

Volume 1
Issue 4
December 2025
Page. 366-376

Pendampingan UMKM Kawunglarang Menuju Legalitas dan Pemasaran Digital

Marlina Eliyanti Simbolon*, Defita Fitriyani, Eliyana Putri Amanda, Riki Rismawan, Rizki Firmansyah

Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia
*marlina@uniku.ac.id

* Corresponding author

https://doi.org/10.25134/bakti.v1i4.46

ABSTRAK

Pada era digital, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kawunglarang menghadapi tantangan sekaligus peluang untuk meningkatkan daya saing mereka melalui digital marketing. Artikel ini membahas pentingnya adopsi strategi pemasaran digital bagi UMKM di Kawunglarang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan brand awareness. Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, dan tools seperti Canva, UMKM dapat menciptakan konten yang menarik dan profesional. Selain itu, artikel ini juga menyoroti pentingnya legalitas bisnis sebagai landasan kuat bagi UMKM untuk berkembang lebih jauh. Dengan memiliki legalitas yang jelas, UMKM dapat lebih mudah mendapatkan akses ke berbagai program bantuan pemerintah dan kerjasama dengan pihak lain. Digitalisasi, jika diimbangi dengan kepatuhan terhadap aspek legalitas, diyakini dapat mendorong UMKM Kawunglarang menuju pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif.

Kata Kunci: Digital Marketing; Legalitas; UMKM

ABSTRACTS

In the digital era, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Kawunglarang Village face challenges as well as opportunities to increase their competitiveness through digital marketing. This article discusses the importance of adopting digital marketing strategies for MSMEs in Kawunglarang to expand market reach and increase brand awareness. By utilizing digital platforms such as social media, websites, and tools such as Canva, MSMEs can create interesting and professional content. Apart from that, this article also highlights the importance of business legality as a strong foundation for MSMEs to develop further. By having clear legality, MSMEs can more easily gain access to various government assistance programs and collaboration with other parties. Digitalization, if balanced with compliance with legal aspects, is believed to be able to push Kawunglarang MSMEs towards sustainable and inclusive growth.

Keyword: Digital Marketing; Legality; MSMEs

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya teknologi para pelaku UMKM perlu memasarkan produknya melalui media digital agar konsumen lebih mengenal produk mereka. UMKM yang go online, berpartisipasi di media sosial, dan mengembangkan kapabilitas e-commerce cenderung menikmati manfaat bisnis yang signifikan, baik dari segi pendapatan, peluang kerja, inovasi, dan daya saing. Namun, masih banyak UMKM yang belum mengadopsi teknologi informasi, terutama media digital, dan belum memahami besarnya manfaat serta peran penggunaan media digital.

Copyright © 2025, The Author(s).
Published by Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kuningan. This is an open access article under a Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Pemasaran digital merupakan kegiatan pemasaran yang lebih interaktif dan terintegrasi yang dapat memfasilitasi interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Pemasaran digital juga dapat membantu UMKM meningkatkan brand awareness dan memperkuat pemasaran produknya. [2]

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam penciptaan lapangan kerja maupun kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, banyak UMKM di berbagai daerah, termasuk di Kawunglarang, masih menghadapi tantangan besar terkait legalitas usaha dan akses terhadap pasar yang lebih luas.

Selain itu, untuk dapat beroperasi, UMKM juga memerlukan izin usaha yang membuktikan bahwa usahanya aktif dan memenuhi persyaratan izin usaha. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM mempunyai legitimasi usaha yang sangat membantu dalam menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Izin usaha berupa NIB atau nomor izin usaha. NIB dapat membantu memperoleh identitas perusahaan, izin usaha, dan persetujuan komersial lainnya. Ini sangat penting dalam bisnis dan merupakan salah satu dokumen penting yang diperlukan [3].

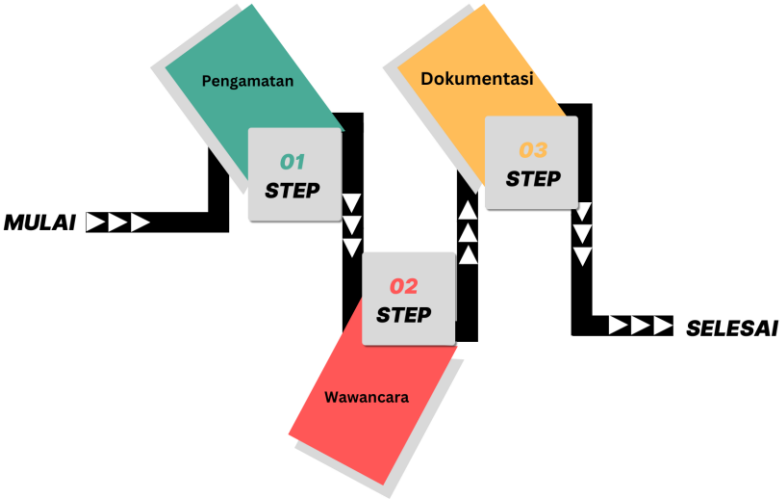
Legalitas usaha menjadi prasyarat penting bagi UMKM untuk mendapatkan berbagai kemudahan, termasuk akses ke modal, perlindungan hukum, dan peluang untuk bermitra dengan perusahaan besar. Di sisi lain, pemasaran digital menawarkan potensi yang luar biasa untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Oleh karena itu, mengoptimalkan UMKM Kawunglarang melalui langkah-langkah menuju legalitas dan pemasaran digital menjadi kebutuhan yang mendesak.

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu UMKM Kawunglarang mengatasi tantangan yang dihadapi, khususnya terkait legalitas usaha dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM Kawunglarang dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, serta mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini yaitu dengan fokus pada tahap-tahap sosialisasi dan pendampingan untuk optimalisasi legalitas dan pemasaran digital bagi UMKM di Kawunglarang. Seminar digital marketing melalui berbagai platform seperti marketplace, sosial media serta pentingnya packaging. Workshop digital marketing di Desa Kawunglarang bertujuan untuk memperkenalkan konsep digital marketing kepada para pelaku UMKM setempat. Serta pentingnya legalitas bagi UMKM di Desa Kawunglarang diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan keterampilan praktis bagi para pelaku UMKM. Dengan pengetahuan yang diperoleh, mereka dapat meningkatkan strategi pemasaran dan memastikan bisnis mereka memiliki dasar hukum yang kuat, sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Adapun kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Kawunglarang. Kegiatan ini dimulai pada bulan 15 Juli sampai dengan 15 Agustus 2024. Rincian mengenai pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar berikut ini.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Penelitian tentang penggunaan media pemasaran oleh pelaku UMKM di Desa Kawunglarang bertujuan untuk memahami sejauh mana teknologi digital dimanfaatkan dalam mengembangkan bisnis mereka. Berbagai metode digunakan dalam proses identifikasi penggunaan media pemasaran dan implementasi program kerja pada UMKM di Desa Kawunglarang

a. Pengamatan

Kegiatan pengamatan dilakukan terhadap sejumlah UMKM di Desa Kawunglarang, Rancah untuk memahami strategi pemasaran yang digunakan oleh para pelaku UMKM. Melalui kunjungan langsung ke rumah- rumah pelaku UMKM, informasi awal mengenai situasi dan tantangan yang dihadapi oleh mereka dapat diperoleh. Peneliti berusaha untuk mengidentifikasi masalah yang ada dan mencari solusi yang tepat untuk mendukung pengembangan usaha di Desa tersebut.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan sejumlah pelaku UMKM di Desa Kawunglarang. Dengan berkomunikasi langsung, informasi yang diperoleh menjadi lebih detail dan spesifik karena pertanyaan diajukan secara langsung kepada responden. Tujuannya adalah untuk menggali berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM dalam menjalankan usaha mereka.

c. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data berupa dokumentasi dari kegiatan observasi, wawancara, dan pelatihan di Desa Kawunglarang, Kecamatan Rancah. Data- data ini mencakup rekaman suara dan gambar yang nantinya akan digunakan untuk menganalisis hasil penelitian. Informasi yang terkumpul kemudian akan digunakan untuk menyusun rencana tindakan bersama dengan pelaku UMKM guna menemukan solusi bagi tantangan yang mereka hadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi

Tahap pertama yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah sosialisasi mengenai pentingnya legalitas usaha dan pemasaran digital bagi para pelaku UMKM di Kawunglarang. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan mengadakan beberapa pertemuan langsung di lokasi-lokasi strategis di Kawunglarang, seperti balai desa dan kantor kelurahan. Materi sosialisasi mencakup: Penjelasan tentang manfaat dan keuntungan memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi UMKM. Pengenalan dasar-dasar pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, marketplace, dan website untuk memasarkan produk. Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh pelaku UMKM setempat, perwakilan pemerintah daerah, dan beberapa pakar di bidang legalitas usaha dan pemasaran digital.

Tahap sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya legalitas usaha dan pemasaran digital bagi para pelaku UMKM di Kawunglarang. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kesempatan bagi para pelaku UMKM untuk berinteraksi langsung dengan perwakilan pemerintah daerah dan pakar di bidang legalitas usaha dan pemasaran digital.

Pada kegiatan sosialisasi ini, meja pusat pelayanan disediakan untuk membantu para UMKM yang belum memiliki NIB atau ingin memperbarui logo, packaging, serta memperkuat kehadiran online mereka melalui media sosial seperti Instagram dan platform e-commerce. Beberapa UMKM seperti Abon Sehati, Basema, dan Aneka Kue turut serta dalam kegiatan ini untuk meningkatkan kualitas bisnis mereka dari segi logo, packaging, legalitas, dan pemasaran.





Gambar 2. Penyuluhan Seminar Legalitas dan Digital Marketing

Pada tahap ini, para pelaku UMKM diberikan bantuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menarik, serta meningkatkan keberadaan online mereka untuk mencapai pasar yang lebih luas. Dengan adanya bantuan ini, diharapkan para UMKM dapat memperkuat basis bisnis mereka dan bersaing secara lebih efektif di era digital yang semakin berkembang.

Survei Kebutuhan

Setelah tahap sosialisasi, dilakukan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Kawunglarang dalam proses memperoleh legalitas dan mengadopsi pemasaran digital. Survei ini menggunakan kuesioner yang telah disusun dengan cermat dan disebarkan kepada para peserta sosialisasi. Pertanyaan dalam kuesioner mencakup: Status legalitas usaha saat ini (apakah sudah memiliki NIB atau belum). Hambatan yang dihadapi dalam proses pembuatan NIB. Tingkat pemahaman dan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran. Kendala yang dialami dalam memanfaatkan platform digital untuk penjualan. Data dari survei ini kemudian dianalisis untuk memberikan gambaran tentang situasi dan kebutuhan UMKM di Kawunglarang.

Pendampingan dalam Proses Pembuatan NIB

Berdasarkan hasil survei, langkah berikutnya adalah memberikan pendampingan kepada UMKM yang belum memiliki NIB. Pendampingan ini dilakukan dengan: Memberikan bimbingan langsung dalam pengisian formulir online untuk pendaftaran NIB melalui sistem OSS (Online Single Submission). Membantu pelaku UMKM dalam melengkapi dokumen-dokumen yang diperlukan. Mengikuti proses pendaftaran hingga NIB diterbitkan. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap UMKM yang belum memiliki legalitas dapat memperoleh NIB secara efektif dan efisien.

Untuk mencapai legitimasi usaha, pelaku UMKM tidak perlu khawatir dengan biaya dan prosedur yang rumit. Pemerintah melalui Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) telah memperkenalkan sistem OSS berbasis risiko (OSS RBA) untuk menyederhanakan sistem perizinan berusaha sehingga memudahkan pelaku UMKM untuk mendapatkan NIB (Nomor Induk Berusaha). NIB (Nomor Induk Berusaha) adalah tanda pengenal pelaku usaha yang diberikan oleh otoritas OSS setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran. NIB tidak hanya berfungsi sebagai tanda pengenal usaha, tetapi juga sebagai tanda daftar perusahaan (TDP), Nomor Pengenal Impor (API), dan akses kepabeanan, terutama ketika pemilik usaha melakukan kegiatan impor dan ekspor. NIB memudahkan pemangku kepentingan dunia usaha dengan menyederhanakan proses perizinan, mempercepat pengajuan izin, dan menyederhanakan persyaratan perizinan [4].

Pendampingan dalam proses pembuatan NIB merupakan langkah penting dalam mengatasi permasalahan legalitas usaha yang dihadapi oleh UMKM di Kawunglarang, seperti Abon Sehati yang belum memiliki izin usaha dan Aneka Kue yang ingin memperpanjang NIB mereka. Legalitas yang jelas dan resmi dari pemerintah sangat penting untuk memastikan bahwa usaha dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.



Gambar 3. Proses Pembuatan NIB

Program kegiatan pengabdian ini difokuskan pada mendaftarkan Nomor Izin Berusaha (NIB) untuk UMKM. NIB menjadi identitas yang penting bagi UMKM dalam menjalankan usaha mereka dengan legalitas yang jelas. Pendampingan dilakukan dengan memberikan bimbingan langsung dalam pengisian formulir online untuk pendaftaran NIB melalui sistem OSS, membantu dalam melengkapi dokumen-dokumen yang diperlukan, dan mengikuti proses pendaftaran hingga NIB diterbitkan. Tujuan dari pendampingan ini adalah memastikan bahwa setiap UMKM dapat memperoleh NIB secara efektif dan efisien.

Meskipun terdapat kendala seperti sinyal sulit dan masalah teknis dalam pembuatan NIB, upaya terus dilakukan untuk menyelesaikan proses pembuatan legalitas ini. Pemerintah telah memperkenalkan sistem OSS RBA untuk menyederhanakan sistem perizinan berusaha dan memudahkan pelaku UMKM dalam mendapatkan NIB. NIB bukan hanya sebagai tanda pengenal usaha, tetapi juga sebagai tanda daftar perusahaan, Nomor Pengenal Impor, dan akses kepabeanan, yang sangat penting dalam kegiatan impor dan ekspor. Dengan adanya NIB, proses perizinan menjadi lebih mudah, cepat, dan terjamin legalitasnya.

Pelatihan Pemasaran Digital

Tahap terakhir adalah pelatihan intensif terkait pemasaran digital bagi UMKM yang telah memiliki NIB. Pelatihan ini meliputi: Pembuatan dan pengelolaan akun media sosial untuk bisnis. Teknik optimasi konten digital untuk meningkatkan visibility produk. Penggunaan alat analitik untuk memantau kinerja pemasaran digital. Pelatihan ini diadakan secara bertahap dan melibatkan praktisi digital marketing sebagai fasilitator, dengan tujuan agar UMKM mampu mandiri dalam mengelola pemasaran digitalnya.

Pelatihan Pemasaran Digital yang intensif untuk UMKM mencakup berbagai aspek, seperti pembuatan dan manajemen akun media sosial, optimasi konten digital, dan penggunaan alat analitik untuk memantau kinerja pemasaran. Pelatihan ini diselenggarakan secara bertahap dengan melibatkan praktisi digital marketing sebagai fasilitator, bertujuan agar UMKM dapat mandiri dalam mengelola pemasaran digital mereka.

Selain itu, anggota KKN juga turut membantu UMKM dalam promosi produk dengan membuat poster melalui platform seperti Canva, serta membantu dalam pembuatan akun media sosial Instagram yang belum dimiliki oleh UMKM. Instagram menjadi sarana penting dalam pemasaran karena konsumen dapat melihat aktivitas dan produk yang ditawarkan secara visual. Terutama bagi UMKM yang berjualan melalui aplikasi e-commerce, kehadiran di platform tersebut dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka.

Selain membantu dalam pembuatan konten promosi, anggota KKN juga membantu dalam pengambilan foto produk agar lebih menarik dan berkualitas tinggi. Dengan bantuan ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan penjualan produk mereka melalui pemasaran digital yang efektif dan menarik.

Peran Packaging dalam Meningkatkan Pemasaran

Pengemasan secara sederhana bisa diartikan sebagai cara menyampaikan barang kepada konsumen dalam kondisi terbaik dan paling menguntungkan. Di era globalisasi saat ini, kemasan memiliki peran sangat penting karena selalu terkait dengan produk yang dikemas serta menjadi nilai jual dan citra dari produk tersebut [5]. Pengemasan yang baik adalah pengemasan yang dapat menarik perhatian pelanggan. Salah satu hal yang selalu

ada untuk membuat kemasan menjadi lebih menarik adalah desain kemasan itu sendiri. Bisnis inovatif yang menggabungkan bentuk, struktur, material, warna, gambar, tata letak, dan elemen desain dengan informasi produk sehingga dapat dijual disebut desain kemasan [6].

Salah satu aspek penting dari kemasan membangun brand melalui penggunaan logo. Logo dirancang dengan baik tidak hanya membantu dalam identifikasi merek tetapi juga menciptakan citra yang konsisten. Sehingga desain yang menarik dan mudah diingat dapat meninggalkan kesan kuat. Penggunaan logo pada kemasan juga membantu dalam menciptakan konsistensi merek di berbagai saluran pemasaran.

Peran Packaging dalam Meningkatkan Pemasaran Pengemasan secara sederhana bisa diartikan sebagai cara menyampaikan barang kepada konsumen dalam kondisi terbaik dan paling menguntungkan. Di era globalisasi saat ini, kemasan memiliki peran sangat penting karena selalu terkait dengan produk yang dikemas serta menjadi nilai jual dan citra dari produk tersebut (Widiati, 2020).



Gambar 4. Kemasan Produk abon sehati

Pengemasan yang baik adalah pengemasan yang dapat menarik perhatian pelanggan. Salah satu hal yang selalu ada untuk membuat kemasan menjadi lebih menarik adalah desain kemasan itu sendiri. Bisnis inovatif yang menggabungkan bentuk, struktur, material, warna, gambar, tata letak, dan elemen desain dengan informasi produk sehingga dapat dijual disebut desain kemasan (Lena Ahdiani Hayati, 2021). Salah satu aspek penting dari kemasan membangun brand melalui penggunaan logo. Logo dirancang dengan baik tidak hanya membantu dalam identifikasi merek tetapi juga menciptakan citra yang konsisten. Sehingga desain yang menarik dan mudah diingat dapat meninggalkan kesan kuat.

Penggunaan logo pada kemasan juga membantu dalam menciptakan konsistensi merek di berbagai saluran pemasaran. Pada kemasan harus dicantumkan berbagai aspek yang penting contohnya gram berat bersih nama produk merk komposisi varian rasa gambar produk dan lainnya,disini ada produk yang akan kami ambil sebagai unggulan yaitu Abon sehati disini ada berbentuk kemasan sebelum di ubah dan sudah diperbaharui kita membuat packaging ini ada 2 macam kemasan pouch dan sachet karena kita membuat sachet ini biasanya di warung ada kemasan sachet ingin mengajak umkm ini menjual produk ini lebih ekonomis lagi harganya agar konsumen ini bisa merasakan harga murah pelayanan puas kualiatas enak dan terjamin.

Logo sebagai Identitas Visual UMKM

Pada era digital saat ini, media sosial dan platform online lainnya memainkan peran besar dalam strategi pemasaran, logo yang menarik dapat menarik perhatian di antara lautan konten visual. Hal ini penting terutama bagi UMKM yang mungkin memiliki anggaran pemasaran yang terbatas namun tetap ingin mencapai dampak yang signifikan. Logo adalah representasi visual dari perusahaan atau nama merek.

Sebaiknya, logo dalam bentuk simbol tidak diabaikan karena manusia cenderung lebih tertarik pada simbol dan gambar dibandingkan elemen lainnya. Logo yang menarik dapat mengikat pelanggan, meningkatkan kesadaran merek, mempermudah pengenalan, dan memudahkan pelanggan untuk mengingat produk. Logo berpengaruh pada nilai jual produk UMKM karena membantu pelanggan mengidentifikasi dan membedakan produk tersebut dari yang lain. Pelanggan dapat melihat kekuatan logo dengan

menghubungkannya dengan merek. Identitas produk atau branding yang dikomunikasikan melalui kemasan dan media sosial adalah dua cara bagi bisnis untuk berkembang [7].



Gambar 5. Proses Pembuatan Logo Kue Basama dan Abon Sehati

Logo sangat penting sebagai penanda merk atau brand logo biasanya berwarna unik dan khas karena jika produk yang tidak memiliki logo akan terlihat biasa biasa saja tidak menarik oleh karena itu kita membantu umkm yang ada disini untuk memiliki logo karena ada beberapa UMKM yang tidak memiliki logo karena agar UMKM ini supaya seperti umkm lainnya,di Desa Kawunglarang ini sudah ada banyak yang memiliki logo tapi ada UMKM yang bernama Bassema untuk memperbaharui logonya dari segi warna, LPPOM Nomor Halal,since 2012,berikut di bawah ini logo sebelum dan sesudah di perbaharui.

Pelaksanaan Program

Untuk melaksanakan program pelatihan Digital Marketing kepada Pelaku UMKM dilakukan dalam satu hari dengan 3 sesi. Pertama, Edukasi dan Solusi Bahaya Judi Online dan Pinjaman online dengan mengundang Kapolsek Rancah dan sesi 2 Mengenai Digital Marketing yang isi materinya berisi tentang Canva, Logo, Packaging, Charts dan sesi terakhir tentang Pentingnya Legalitas Bagi selaku UMKM untuk jalannya sukses berbisnis. Pelatihan dimulai dari cara mengunduh aplikasi, mendaftar menjadi penjual hingga cara memasarkan produk. Kedua, pelaksanaan edukasi digital marketing dan pembuatan totem dengan menggunakan aplikasi canva yang mudah untuk di gunakan oleh para pemula(Fanreza & Shilvana, 2021).

Digital marketing dan Branding merupakan strategi pemasaran dan media yang tepat untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Digital marketing adalah salah satu media pemasaran ultramodern, dimana komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu serta mampu mengglobal (Gumilang, 2019).

Branding merupakan pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa atau kelompok penjual agar membedakan produk atau jasanya dari pesaing(Prihatiningtyas et al., 2021).

Eksploritasi Potensi UMKM Kawunglarang

Dalam rangka mengoptimalkan potensi UMKM di Desa Kawunglarang, kami melakukan observasi yang melibatkan kunjungan ke berbagai UMKM di Desa Bungbulang, Cibangkong, Gudang, dan desa- desa lainnya. Saat melakukan observasi, kami mengundang dan mengajak para pelaku UMKM untuk turut serta dalam forum yang bertajuk" Mengoptimalkan UMKM Kawunglarang Langkah- langkah Menuju Legalitas dan Pemasaran Digital".



Gambar 6. Kunjungan Ke UMKM

Selama kunjungan kami, kami berkesempatan untuk berinteraksi dengan beberapa UMKM yang turut hadir, di antaranya adalah UMKM Abon Sehati, Bassema, Aneka Kue dan Snack, Catering, Bawang Goreng, serta UMKM lainnya. Melalui observasi ini, kami berharap dapat memberikan dorongan dan panduan yang bermanfaat bagi para pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka menuju arah yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.



Gambar 7. Produk Abon Sehati dan Herbal kopi

Di tengah keindahan alam Desa Kawunglarang, terdapat sejumlah UMKM yang menawarkan produk lokal yang unik dan berkualitas tinggi. Salah satunya adalah reseller minuman herbal kopi dan abon sehati, yang menjadi daya tarik utama bagi pengunjung. Dari minuman herbal yang menyegarkan hingga abon sehati yang gurih, setiap produk UMKM mencerminkan kekayaan kuliner dan kearifan lokal. Dengan memilih untuk membeli produk dari UMKM, kita tidak hanya menikmati cita rasa autentik, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan budaya Desa Kawunglarang. Dan ini merupakan gambaran yang kami foto dan diubah menjadi poster promosi untuk memasarkan produknya agar lebih tertarik dan membeli produk marilah bersama-sama mendukung UMKM lokal dan menikmati kelezatan kuliner lokal yang bermakna.



Gambar 8. Poster Promosi Abon sehati

Kunjungan ke Dinas Perdagangan

Walaupun hanya beberapa anggota yang dapat hadir ke Kantor Dinas Koperasi Perdagangan di Ciamis untuk menjalin silaturahmi dan mengajak kolaborasi, namun di balik ketidakhadiran tersebut, terdapat berkah dan manfaat yang tak terduga. Kunjungan ke tempat yang begitu berharga ini tidak hanya memberikan ruang untuk berbagai eksplorasi, tetapi juga menjadi sumber inspirasi untuk menggali potensi dan kreativitas yang lebih dalam. Dengan kehadiran kita di tempat ini, kita tidak hanya memperluas wawasan dan jaringan, tetapi juga memberikan inspirasi kepada masyarakat untuk terus berinovasi dan berkarya. Mari kita terus bersemangat dan percaya bahwa setiap peristiwa membawa hikmah dan pelajaran berharga yang dapat mengubah arah dan memberi warna baru dalam perjalanan kita. Bersama-sama, mari kita terus melangkah dan menjadikan setiap pengalaman sebagai batu loncatan untuk meraih kesuksesan dan memberi manfaat bagi banyak orang di sekitar kita.



Gambar 9. Kunjungan Ke Dinas Perdaagangan

Sebelumnya kita mengundang Dinas Koperasi Perdagangan untuk menjadi pemateri di Desa Kawunglarang, namun karena adanya perubahan rencana, akhirnya kita sendiri yang menjadi pemateri. Meskipun rencana kolaborasi dengan dinas tidak terwujud, namun kehadiran kita sebagai pemateri memberikan kesempatan untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman langsung kepada khalayak umum. Di balik ketidaksingkronan rencana, terdapat berkah dan manfaat yang tak terduga. Kunjungan ke Desa Kawunglarang, tempat yang begitu berharga, memberikan ruang untuk berbagai eksplorasi dan menggali potensi serta kreativitas secara lebih mendalam. Dengan kehadiran dan presentasi kita di tempat ini, kita tidak hanya memperluas wawasan dan jaringan, tetapi juga memberi inspirasi kepada masyarakat untuk terus berinovasi dan berkarya. Mari kita terus menjaga semangat dan percaya bahwa setiap peristiwa membawa hikmah dan pelajaran berharga yang dapat mengubah arah dan memberi warna baru dalam perjalanan kita. Bersama, kita dapat terus melangkah maju dan menjadikan setiap pengalaman sebagai langkah menuju kesuksesan dan manfaat bagi banyak orang di sekitar kita.

Percobaan Pembuatan Legalitas

Percobaan pembuatan legalitas yang mengalami kegagalan akibat berbagai kendala seperti 3x percobaan pun tetap tidak bisa, sinyal web error atau perubahan dispatch dan nomor handphone yang tidak berhasil, telah mendorong untuk mencari alternatif pendaftaran legalitas. Dalam hal ini, kami merekomendasikan untuk mengarahkan proses pendaftaran legalitas ke Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kabupaten Ciamis. Karena untuk informasi lebih lanjut mengenai prosedur dan persyaratan pendaftaran legalitas harus di Dinas tersebut, termasuk tata cara mengurus Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

Di sini mayoritas UMKM telah memperoleh legalitas yang diperlukan, tetapi masih ada sebagian kecil UMKM yang belum memiliki legalitas. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam pemenuhan persyaratan hukum di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah di daerah tersebut. Penting bagi UMKM yang belum memiliki legalitas untuk segera mengurusnya agar dapat beroperasi secara resmi dan terhindar dari masalah hukum di masa depan. Dukungan dari pihak terkait seperti Dinas Perdagangan dapat membantu dalam proses pendaftaran legalitas tersebut.

Pemberdayaan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dilakukan di Desa Kawunglarang melalui pengurusan izin usaha ini bertujuan untuk menyadarkan pentingnya memiliki izin usaha serta memperkuat eksistensi digital para UMKM dengan memahami cara membuat surat izin usaha melalui Online Single Submission (OSS). Kegiatan ini dilakukan untuk membantu pelaku UMKM dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa Universitas Kuningan.

Metode yang dilakukan yaitu sosialisasi pemberian materi, praktek, dan pendampingan mengenai alur pendaftaran izin usaha di laman Online Single Submission (OSS). Sistem OSS ini merupakan salah satu layanan yang terintegrasi dalam upaya pelaku usaha mendapatkan izin dengan mudah dan cepat. Dari hasil sosialisasi ini dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan para pelaku UMKM akan pentingnya suatu legalitas dalam usaha dengan demikian UMKM di desa Kawunglarang mendapatkan perlindungan berusaha, kemudahan akses permodalan, meningkatkan daya saing produk, dan memperoleh pemberdayaan dari pemerintah, serta pendampingan dalam pengembangan UMKM.

Pemberdayaan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dilakukakn di desa Kawunglarang melalui pengurusan izin usaha ini bertujuan untuk menyadarkan pentingnya memiliki izin usaha serta memperkuat eksistensi digital para UMKM dengan memahami cara membuat surat izin usaha melalui Online Single Submission (OSS). Kegiatan ini dilakukan untuk membantu pelaku UMKM dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa Universitas Kuningan. Metode yang dilakukan yaitu

sosialisasi pemberian materi, praktek, dan pendampingan mengenai alur pendaftaran izin usaha di laman Online Single Submission (OSS). Sistem OSS ini merupakan salah satu layanan yang terintegrasi dalam upaya pelaku usaha mendapatkan izin dengan mudah dan cepat. Dari hasil sosialisasi ini dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan para pelaku UMKM akan pentingnya suatu legalitas dalam usaha dengan demikian UMKM di desa Kawunglarang mendapatkan perlindungan berusaha, kemudahan akses permodalan, meningkatkan daya saing produk, dan memperoleh pemberdayaan dari pemerintah, serta pendampingan dalam pengembangan UMKM.

KESIMPULAN

Adanya kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kawunglarang, terlihat betapa pentingnya peran pemberdayaan masyarakat dalam berbagai aspek, tidak hanya sebatas pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Anggota KKN 21 Kawunglarang merasa bahagia dan senang dapat berkontribusi dalam memajukan desa ini. Keberagaman tumbuhan yang subur dan hijau serta kesatuan masyarakat yang solid menjadi modal utama dalam upaya menjadikan Desa Kawunglarang sebagai tempat yang maju, makmur, dan bersatu.

Melalui kegiatan seminar penyuluhan tentang digital marketing dan legalitas UMKM, terlihat kesadaran akan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk UMKM. Digital marketing tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan penjualan dan kepercayaan pelanggan. Sementara itu, legalitas usaha memberikan dasar yang kokoh untuk menjalankan bisnis secara sah dan berkelanjutan.

Pentingnya memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) juga disoroti sebagai langkah penting dalam mengajukan proposal hibah dan mendapatkan pengakuan dari instansi terkait. Dengan memanfaatkan semua aspek ini, UMKM di Desa Kawunglarang dapat meningkatkan daya saing, membangun kepercayaan pelanggan, dan memastikan pertumbuhan yang stabil dan berkelanjutan di masa depan

UCAPAN TERIMAKASIH

Kelompok 21 mengucapkan terima kasih yang disampaikan kepada Unviersitas Kuningan yang telah menjadi penyelenggara KKN tahun 2024, selain itu kepada dosen pembimbing lapangan yang sudah memberikan pendampingan dan arahan, mulai awal pelaksanaan program sampai berakhirnya program ini. Tidak lupa kelompok 21 mengucapkan terima kasih juga kepada pemerintah daerah, yaitu Kepala Desa serta aparat desa yang telah memberikan ijin untuk melaksanakan KKN serta menfasilitasi setiap kegiatan dalam pelaksanaan KKN ini, serta seluruh Masyarakat Desa Kawunglarang Kecamatan Rancah, Kabupaten Ciamis.

DAFTAR PUSTAKA

R. J. NAIMAH, M. W. WARDHANA, R. HARYANTO, and A. PEBRIANTO, "Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," J. IMPACT Implement. Action, vol. 2, no. 2, p. 39, 2020, doi: 10.31961/impact.v2i2.844.

E. T. Alawiah, D. Setyorini, and Hasanudin, "Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Omset Penjualan dan Pelatihan Pembuatan Label Kemasan menggunakan Canva," J. Pengabdi. Masy. dan Ris. Pendidik., vol. 2, no. 1, pp. 279–285, 2023, doi: 10.31004/jerkin.v2i1.163.

Dzikri Kurniawan, Naila Aisyah Putri, Sheily Novitasari, Siti Hawa' Octaviani, Mu'tasim Billah, and Zawawi Zawawi, "Pendampingan Digitalisasi Marketing dan Legalitas Usaha UMKM untuk Meningkatkan Mengembangkan UMKM Desa Banjaragung Kecamatan Bareng Jombang Jawa Timur," J. Pengabdi. Masy. Sains dan Teknol., vol. 2, no. 2, pp. 102–112, 2023, doi: 10.58169/jpmsaintek.v2i2.150.

G. B. Noraga, B. Rabani, D. Sudirno, and H. S. Mulyani, "Pentingnya Legalitas Usaha dan Sosialisasi Pembuatan NIB Bagi Pelaku UMKM Desa Karangasem Kecamatan Leuwimunding," BERNAS J. Pengabdi. Kpd. Masy., vol. 4, no. 1, pp. 807–811, 2023, doi: 10.31949/jb.v4i1.4412.

A. Widiati, "Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di 'Mas Pack' Terminal Kemasan Pontianak," JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit

dan Akunt. Fak. Ekon. Univ. Tanjungpura), vol. 8, no. 2, pp. 67–76, 2020, doi: 10.26418/jaakfe.v8i2.40670.

Lena Ahdiani Hayati, "Peran Packaging Terhadap Tingkat Nilai Jual Produk Olahan Keripik Buah," J. Indones. Sos. Sains, vol. 2, no. 4, pp. 551–561, 2021, doi: 10.36418/jiss.v2i4.255.

C. Batubara, D. Safitri, D. Permata Sari, H. Tasya Luthfiah, and B. Utama Putra, "Strategi Pengembangan Identitas Visual UMKM Melalui Pembuatan Logo: Studi Kasus Pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Aras," Bagaskara Utama Putra J. Hum. Educ., vol. 3, no. 2, pp. 420–427, 2023.

A. Arifin, M. K. Aziz, and N. G. Dewi, "Penguatan Legalitas Usaha Dan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kabupaten Rembang," J. PengaMAS, vol. 6, no. 1, pp. 13–22, 2023, doi: 10.33387/pengamas.v6i1.4032.

J. H. Susilo, A. Eliana, E. Y. Putri, and A. P. Fauziah, "Pendampingan Digital Marketing Dan Legalitas Usaha Untuk Meningkatkan Kuantitas Penjualan Umkm," J. Abdi Masy., vol. 6, no. 1, pp. 93–110, 2022, doi: 10.30737/jaim.v6i1.3331.

W. D. Maylinda and R. Y. Rusdianto, "Optimalisasi Pengembangan UMKM 'Kiara Snack' Melalui Pendampingan Digital Marketing Dan Branding Di Desa Musir Lor, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk," J. Pelayanan Hub. Masy., vol. 1, no. 3, pp. 45–53, 2023.

G. Larasati and I. S. Roidah, "Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pembuatan Konten Gambar Sebagai Upaya Promosi Produk Umkm Di Media Sosial," J. Pengabdi. Kpd. Masy., vol. 3, no. 1, pp. 17–23, 2023, [Online]. Available: https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index

Linda Handayani Sukaemi, Isam Samsul Muharam, and Hanipah Fahirah Kamilah, "Copywriting for Teenagers' Personal Branding on Social Media," Din. J. Pengabdi. Kpd. Masy., vol. 7, no. 2, pp. 533–541, 2023, doi: 10.31849/dinamisia.v7i2.13849.

A. S. Ulum, T. D. Theressa, A. Firmansyah, and F. Rohman, "Peningkatan Kualitas Produk Umkm Melalui Digital Marketing Dan Legalitas Produk Di Desa Cerme," J. Terap. Abdimas, vol. 8, no. 1, p. 16, 2022, doi: 10.25273/jta.v8i1.13173.

Cahyo Wulandari, "Optimalisasi Potensi UMKM melalui Pendataan, Pendaftaran Izin Usaha, Sertifikasi Produk, dan Pengembangan UMKM: Packaging, Branding, dan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kualitas Usaha di Desa Wedung, Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak," J. Pengabdian, Riset, Kreat. Inovasi, dan Teknol. Tepat Guna, vol. 1, no. 2, pp. 71–80, 2023, doi: 10.22146/parikesit.v1i2.9561.

A. Ni et al., "Workshop Digital Marketing dan Legalitas Usaha Bagi Pelaku UMKM Desa Sumberagung," vol. 2, no. 2, 2021.