

## Pelatihan dan Pendampingan untuk Meningkatkan Potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Mengengah (UMKM) di Kelurahan Sawitan

<sup>1</sup>Nurjanah\*, <sup>2</sup>Nasihin, <sup>3</sup>Tiyas Indriyani, <sup>4</sup>Arum Isnadiyati, <sup>5</sup>Abit Sabita, <sup>6</sup>Prita Noviana, <sup>7</sup>Annisa Nurul Jannah, <sup>8</sup>Sri Ranti Wahyuningsih, <sup>9</sup>Syafa Maulidya Nur, <sup>10</sup>Happy Wuldatus Safithri, <sup>11</sup>Atika Shofiya Loerensa, <sup>12</sup>Parel Asropi, <sup>13</sup>Avrillaila Akbar Harahap

Universitas Alma Ata Yogyakarta, Indonesia

Email : [202300103@almaata.ac.id](mailto:202300103@almaata.ac.id)

### Article Info

Submitted: 25 September 2023

Revised: 27 April 2024

Accepted: 15 Mei 2024

Published: 20 Juli 2024

**Keywords:** Digitalisasi, Legalitas Usaha, Literasi Keuangan

### Abstract

*Sawitan Village is an area that is included in the industrial village category because the majority of its residents work as business managers. Situated in an area that passes through the Borobudur tourism route, Sawitan Village has a strategic location and encourages its residents to work as business people. Based on data collection, there are 113 MSMEs in Sawitan Village with the majority of business types being the culinary sector, reaching 48%. Other types of businesses include non-food production, grocery stores, fashion, livestock, agribusiness and services. The large number of MSMEs can be a regional potential in improving the level of community welfare. However, there are still many MSME players who do not understand the aspects that can support their business. This is evidenced by the low level of understanding of digitalization, namely 48%, completeness of business legality only reaching 5%, and understanding of financial literacy only reaching 18%. The aim of community service carried out by the Alma Ata University KKN-T team is to increase the understanding and motivation of MSME actors in developing MSME potential through the digitalization of MSMEs, complete business legality, and good financial management. The method used in implementing this activity is the Participatory Action Research (PAR) approach. The results of community service show that the enthusiasm of MSME players has increased by 75% to implement digital marketing and complete business licensing.*

### Abstrak

Kelurahan Sawitan merupakan daerah yang termasuk dalam kategori desa industri karena mayoritas penduduknya berprofesi sebagai pengelola usaha. Terletak di daerah yang dilalui jalur pariwisata Borobudur membuat Kelurahan Sawitan memiliki lokasi strategis dan mendorong penduduknya untuk berprofesi sebagai pelaku usaha. Berdasarkan pendataan terdapat 113 pelaku UMKM di Kelurahan Sawitan dengan mayoritas jenis usaha adalah sektor kuliner yang mencapai 48%. Adapun jenis usaha lainnya yaitu seperti produksi non pangan, toko kelontong, fashion, peternakan, agribisnis, dan jasa. Jumlah UMKM yang cukup banyak dapat menjadi potensi daerah dalam meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami aspek-aspek yang dapat mendukung usahanya. Hal ini dibuktikan dengan tingkat pemahaman digitalisasi yang rendah yaitu 48%, kelengkapan legalitas usaha hanya mencapai 5%, dan pemahaman literasi keuangan hanya mencapai 18%. Tujuan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh tim KKN-T Universitas Alma Ata yaitu untuk meningkatkan pemahaman dan motivasi pelaku UMKM dalam mengembangkan potensi UMKM melalui digitalisasi UMKM, kelengkapan legalitas usaha, dan pengelolaan keuangan yang baik. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Hasil dari pengabdian masyarakat menunjukkan antusias pelaku UMKM meningkat sebesar 75% untuk menerapkan *digital marketing* dan melengkapi perizinan usaha.

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 adalah Perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan atau badan usaha dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Menurut Christina et al, (2022) UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional dengan prinsip keadilan, berwawasan mandiri yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan dan menyeimbangkan kemajuan serta kesatuan ekonomi nasional. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) menyatakan bahwa terdapat 8,71 juta unit UMKM di Indonesia sepanjang tahun 2022, jumlah sebaran UMKM terbesar ada di Pulau Jawa, salah satunya di Jawa Tengah mencapai 1,45 juta unit usaha (Putri, 2023). Jumlah sebaran UMKM yang tinggi sebanding dengan potensinya bagi perkembangan ekonomi nasional. Hal ini dibuktikan berdasarkan data dari Kementerian Keuangan yang mencatat bahwa UMKM berhasil menyumbang 90% dari kegiatan bisnis dan berkontribusi lebih dari 50% lapangan pekerjaan di seuruh dunia (Nurfauziah et al., 2023).

Peranan UMKM di Indonesia sangat penting karena berkontribusi besar dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. UMKM dapat menjadi sumber usaha yang memiliki peluang atau *opportunities* bagi masyarakat yang dapat mengentaskan kemiskinan dan pengangguran dalam negara (Budiarto et al., 2022). Kelurahan Sawitan merupakan salah satu daerah di Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang dengan mayoritas penduduknya berprofesi sebagai pelaku UMKM. Kelurahan Sawitan terletak di Jalan Soekarno-Hatta yang menjadi pusat perkotaan dari Kota Mungkid sehingga memiliki lokasi strategis karena dilewati jalur pariwisata Borobudur. Hal ini mendorong masyarakatnya banyak beralih profesi sebagai pelaku UMKM. Adapun produk-produk yang dihasilkan berupa produk kerajinan, makanan dan minuman, tekstil dan jasa. Tidak dipungkiri bahwa UMKM dapat menjadi sarana bantuan bagi perkembangan perekonomian bangsa terutama Masyarakat lokal.

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya bermukim di pedesaan, sehingga pertumbuhan perekonomian nasional tidak terlepas dari perekonomian desa (Krisdiawan & Yulyanto, 2020). Apabila kondisi ekonomi di desa sudah maju dan mandiri maka kesejahteraan masyarakat akan tercapai. Untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat perlu adanya upaya dan kolaborasi antara pihak masyarakat itu sendiri (pelaku usaha) dengan Pemerintah secara berkesinambungan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan produktivitas UMKM, melalui program yang menambah pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha (Anekawati et al., 2021). Keterampilan pelaku UMKM menjadi peran strategis yang dapat mempertahankan usahanya di tengah keberagaman produk serta jumlah pesaing yang banyak (Marlinah, 2020).

Pengelolaan UMKM dengan baik dapat mewujudkan sektor usaha yang kuat, tetapi hal tersebut harus didukung dengan adanya administrasi yang terkelola dengan baik (Ariyani et al., 2023). Saat ini permasalahan yang umumnya terjadi pada pelaku UMKM adalah rendahnya produktivitas, rendahnya nilai tambah pada produk yang dihasilkan, dan kurangnya kesadaran untuk mengembangkan usaha (Arianto, 2020). Pelaku UMKM cenderung kesulitan menyesuaikan diri terhadap perubahan karena kurangnya pemahaman, kemampuan berwirausaha di kalangan UMKM yang rendah, dan kecenderungan menganggap sepele pembaharuan.

Terdapat beberapa faktor penting yang dapat mendukung keberlangsungan dan pengembangan UMKM diantaranya kelengkapan legalitas usaha, pemasaran produk, dan pengelolaan keuangan. Legalitas usaha menjadi salah satu *instrument* penting dalam mengembangkan usaha karena dapat mempermudah pelaku usaha dalam mengakses perizinan, permohonan modal pada lembaga keuangan, dan meningkatkan integritas usaha (Fadia et al., 2022). Legalitas yang diperlukan oleh pemilik usaha diantaranya surat izin usaha, perizinan lingkungan, dan dokumen-dokumen seperti sertifikat halal, nomor induk berusaha (NIB), dan lainnya yang dibutuhkan untuk beroperasi secara sah dan legal di Indonesia (Oktafiyani & Pabulo, 2023). Pengurusan legalitas usaha cenderung tidak dilaksanakan oleh pelaku UMKM dikarenakan kurangnya akses informasi yang diberikan oleh pemerintah kepada pelaku usaha (Sumarmi et al., 2023). Selain itu proses pengurusan perizinan yang rumit membuat para pelaku UMKM kesulitan untuk melengkapi legalitas usahanya. Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi yang dapat ditawarkan adalah memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya kelengkapan legalitas usaha dan pendampingan untuk melakukan pendaftaran perizinan usaha secara online melalui *Online System Submission* (OSS) yang merupakan lembaga dan sistem perizinan digital.

Faktor kedua adalah pemasaran, pemasaran yang optimal akan membantu meningkatkan penjualan sehingga laba yang dihasilkan dapat optimal. Di era teknologi saat ini digitalisasi telah merambah ke dunia perdagangan, sehingga terjadi transformasi dan perubahan perilaku konsumen yang berdampak pada strategi pemasaran saat ini (Chusniyah & Fauza, 2022). Masalah pelaku UMKM terkait strategi pemasaran yang muncul adalah cangkupan pasar yang masih sempit, hal ini ditunjukkan dengan konsumen yang dimiliki hanya warga sekitar UMKM beroperasi. Selain itu persaingan bisnis UMKM dengan sektor usaha yang sama cukup tinggi ditandai dengan jarak operasional usaha yang berdekatan. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis digital memberikan peluang bagi UMKM untuk berkembang dan menjadi pusat kekuatan ekonomi dengan memperluas jangkauan pemasaran (Setiawan et al., 2021) Digitalisasi memiliki peran untuk meningkatkan kapasitas UMKM, baik dari sisi perizinan, akses jaringan, promosi, serta akses pasar untuk menciptakan UMKM yang unggul (Kemenkeu, 2022). *Digital marketing* merupakan bentuk strategi pemasaran dengan memanfaatkan media digital yang dapat menjadi solusi bagi UMKM untuk memperluas

target pasar (Christina et al., 2022). Menteri Keuangan (Menkeu) Sri Mulyani mengatakan bahwa pemerintah Indonesia terus mendorong digitalisasi pada UMKM, dengan target tahun 2024 sebanyak 50 juta UMKM masuk ke dalam ekosistem digital (Kemenkeu, 2022). Oleh karena itu digitalisasi bagi UMKM patut dikembangkan karena dapat mendorong pertumbuhan dan memperluas target pasar.

Media sosial merupakan salah satu media digital yang biasa digunakan oleh pelaku UMKM karena akses yang mudah. Namun, saat ini terkadang media sosial akan menjadi kurang relevan digunakan sebagai media pemasaran digital, sehingga hal ini akan menjadi sebuah tantangan bagi pelaku UMKM untuk mulai masuk ke berbagai platform digital *e-commerce* (Setiawan et al., 2021). Sehingga solusi yang dapat ditawarkan adalah pelaku UMKM mulai menggerakkan aktivitas pemasaran melalui platform *e-commerce* seperti *shopee* disesuaikan dengan jenis usahanya. Untuk dapat menerapkan strategi pemasaran digital dan mengoperasikan platform *e-commerce* pelaku UMKM membutuhkan pelatihan yang dapat meningkatkan pemahaman mengenai literasi digital dan strategi pemasaran digital. Literasi digital menjadi hal yang krusial di era industri 4.0 karena kemampuan menguasai teknologi informasi merupakan elemen penting bagi transformasi budaya, ekonomi, politik, dan sosial (Setiawan et al., 2021).

Faktor ketiga yang dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha (UMKM) adalah pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan yang baik dapat menjadi strategi bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Karena dengan adanya pengelolaan keuangan yang baik pelaku UMKM dapat mengetahui laba yang dihasilkan sehingga dapat membuat keputusan yang tepat terhadap keberlangsungan usahanya (Nurfauziah et al., 2023). Namun, kebanyakan pelaku UMKM belum menerapkan pengelolaan keuangan dengan benar, yaitu masih tercampur antara keuangan usaha dengan keuangan keluarga, dan tidak adanya pembukuan yang jelas (Mahpuz et al., 2021). Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman literasi keuangan para pelaku UMKM. Solusi yang ditawarkan adalah memberikan sosialisasi pentingnya pengelolaan keuangan yang baik bagi keberlangsungan usaha, serta tata cara membuat pembukuan sederhana bagi UMKM.

Ketiga faktor di atas dapat menjadi dasar dalam meningkatkan potensi UMKM baik dari segi manajemen maupun segi pendapatan. Namun sama halnya dengan pelaku UMKM pada umumnya, para pelaku UMKM di Kelurahan Sawitan memiliki kecenderungan yang sama yaitu kurangnya pemahaman dan kesulitan untuk menerapkan legalitas usaha, digitalisasi, dan pentingnya pengelolaan keuangan yang benar pada usahanya. Sehingga penerapan faktor-faktor legalitas, digitalisasi, dan pengelolaan keuangan dalam usahanya belum sepenuhnya optimal. Hal ini berdasarkan observasi lapangan yang dilakukan menunjukkan hampir secara keseluruhan usaha yang dijalankan belum memiliki legalitas usaha serta belum adanya pengelolaan keuangan yang baik. Kebanyakan dari pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami kegunaan dari legalitas usaha dan kekhawatiran terhadap pajak yang akan dibebankan jika usahanya telah terdaftar di badan sipil. Tentu hal ini harus segera diluruskan agar tidak terjadi kesalahpahaman yang terus berlanjut. Selain itu para pelaku UMKM masih belum menerapkan digitalisasi terhadap usahanya, karena kurangnya pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi untuk memperluas jaringan pemasaran dan mendorong usahanya terutama di era digital saat ini. Berdasarkan uraian di atas tim KKN-T Universitas Alma Ata melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat bekerja sama dengan Pemerintah desa bertujuan untuk mengoptimalkan potensi UMKM sebagai sarana meningkatkan kesejahteraan Masyarakat di Kelurahan Sawitan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM.

Pelatihan merupakan sebuah upaya terarah yang dilaksanakan mengoptimalkan keahlian sumberdaya manusia di koperasi dan pengusaha mikro, kecil, dan menengah (Sumarmi et al., 2023). Program pelatihan ini akan berfokus pada meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM melalui sosialisasi dan forum diskusi. Sedangkan program pendampingan akan berfokus pada bagaimana mendampingi pelaku UMKM untuk mendaftarkan usaha ke *e-commerce*, membuat branding usaha, dan mendaftarkan perizinan usaha untuk mendapatkan NIB (Nomor Induk Berusaha) bagi UMKM. Program pelatihan dan pendampingan secara khusus bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai *digital marketing* serta branding usaha sebagai strategi pemasarannya, meningkatkan kesadaran dan antusias pelaku UMKM untuk melengkapi legalitas usaha, dan meningkatkan pemahaman literasi keuangan bagi pelaku UMKM.

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan tim KKN-T Universitas Alma Ata diharapkan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM. Melalui program pelatihan dan pendampingan pelaku UMKM diharapkan masih dapat melanjutkan bahkan mengembangkan penerapan digitalisasi dalam usahanya. Serta melengkapi persyaratan legalitas usahanya dan memperbaiki pengelolaan keuangan dalam usahanya.

## 2. METODE

Lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yaitu di Kelurahan Sawitan, Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang. Fokus utama pengabdian ini adalah untuk meningkatkan potensi yang dimiliki desa, dan UMKM merupakan potensi yang dimiliki oleh Kelurahan Sawitan. Sehingga sasaran pada pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yaitu, pelaku UMKM dengan jumlah 113 dengan jenis usaha beragam dan masih berstatus aktif. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 40 hari yaitu mulai dari 01 Agustus – 08 September 2023. Sedangkan

metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat ini yaitu metode pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang digagas oleh Corey, 1953. Menurut Corey, *Participatory Action Research* (PAR) adalah metode riset aksi dengan penyelesaian siklus yang mana kelompok sosial berusaha untuk melakukan studi masalah secara logis dengan mengkoordinasikan, memperbaiki, mengevaluasi serta membuat langkah (Chusniyah & Fauza, 2022). Sedangkan menurut Qomar et al., (2022) PAR merupakan metode meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai potensi dan masalah yang ada serta mendorong keikutsertaan atau partisipasi masyarakat dalam kegiatan perubahan yang akan dilaksanakan. Secara umum tahapan metode PAR terangkum dalam siklus yang dimulai dari observasi, refleksi, kemudian dilanjutkan dengan rencana aksi, tindakan, atau pelaksanaan program (Qomar et al., 2022).

Menurut Chusniyah & Fauza, (2022) metode PAR dilakukan melalui lima tahapan yaitu:

- 1) Tahap pertama *to know* (identifikasi masalah UMKM)  
Identifikasi masalah yang dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada UMKM yaitu, melalui observasi, survei, dan pendataan secara langsung terhadap pelaku UMKM di Kelurahan Sawitan.
- 2) Tahap kedua *to understand* (melakukan pemahaman untuk mengerti)  
Memberikan informasi kepada pelaku UMKM terkait kegiatan pengabdian masyarakat dan tujuan dari kegiatan ini. Tahapan ini juga dilakukan untuk melakukan konfirmasi kesediaan pelaku UMKM untuk mengikuti rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat yaitu pelatihan dan pendampingan pelaku UMKM.
- 3) Tahap Ketiga *planning* (perencanaan)  
Pada tahapan ini dilakukan analisis dan rekapitulasi data dari hasil observasi, survei, dan pendataan untuk dilakukan pengklasifikasian kebutuhan, serta menyusun perencanaan aksi atau tindakan yang relevan sebagai solusi atas permasalahan yang telah diidentifikasi.
- 4) Tahap keempat *to action* (melakukan tindakan)  
Implementasi atas rencana yang telah disusun berupa pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan UMKM yang terdiri dari:
  - a. Sosialisasi DLLK (Digitalisasi Usaha, Legalitas Usaha, dan Literasi Keuangan) bagi pelaku UMKM di Kelurahan Sawitan, serta
  - b. Kegiatan pendampingan yang bertujuan mendampingi pelaku UMKM dalam mendaftarkan usaha ke *e-commerce*, membuat branding usaha dengan mendesain stiker, logo, dan identitas usaha seperti banner, serta mendaftarkan legalitas UMKM untuk mendapatkan NIB.
- 5) Tahap kelima monitoring dan evaluasi kegiatan  
Diakhir program dilakukan monitoring dan evaluasi dengan cara controlling, konsultasi, dan diskusi mengenai kesulitan yang dialami pelaku UMKM dalam menerapkan digitalisasi pada usahanya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian.

Seluruh tahapan kegiatan pengabdian di atas dilaksanakan oleh, dari, dan bersama Masyarakat Kelurahan Sawitan. Keterlibatan masyarakat dalam sebuah pelaksanaan merupakan ciri utama dari sebuah metode yang berbasis partisipasi masyarakat (PAR - *Participatory Action Research*) (Qomar et al., 2022). Peta kegiatan pengabdian masyarakat tersaji pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. Peta Kegiatan Pengabdian Masyarakat KKN-T Universitas Alma Ata**

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan Minggu ke-					
		1	2	3	4	5	6
1.	<i>To know</i> , Identifikasi masalah Observasi UMKM Survei dan Pendataan	■	■				
2.	<i>To understand and Planning</i> Rekap data dan analisis permasalahan Menyusun perencanaan kegiatan sosialisasi dan pendampingan Menginformasikan kegiatan sosialisasi dan pendampingan		■	■			
3.	<i>To action</i> , tindakan Sosialisasi: Diskusi bersama pelaku UMKM Digitalisasi, Legalitas Usaha, dan Literasi keuangan Pendampingan: Pendaftaran legalitas usaha NIB Pendaftaran <i>e-commerce</i> dan branding produk			■	■	■	
4.	<i>Monitoring dan Evaluasi</i> Monitoring dan evaluasi terhadap pelaku UMKM Evaluasi kegiatan Menyusun laporan hasil kegiatan					■	■

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara geografis Kelurahan Sawitan merupakan salah satu daerah yang masuk dalam lingkup Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang. Kelurahan Sawitan merupakan kelurahan pembentuk kota mungkid yang dilalui jalur pariwisata membuat Kelurahan Sawitan memiliki wilayah strategis atau keunggulan tersendiri. Kelurahan Sawitan memiliki 6 lingkungan atau dusun yaitu, Sawitan I, Sawitan II, Ngentak I, Ngentak II, Patran, dan Biyetan. Kelurahan memiliki struktur pemerintahan yang berbeda dengan desa, dimana kelurahan di pimpin oleh seorang Lurah yang langsung dipilih pemerintah kabupaten (Pemkab) dan berkedudukan sebagai pegawai negeri sipil (PNS), sedangkan desa dipimpin oleh Kepala Desa yang dipilih langsung oleh warga desa melalui pilkades (Pemilihan kepala desa). Meski memiliki struktur pemerintahan yang berbeda desa dan kelurahan sama-sama berkedudukan di dalam wilayah kecamatan dan memiliki lembaga kemasyarakatan yang sama yaitu, Rukun Warga (RW), Rukun Tetangga (RT), PKK, Karang Taruna, dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) (Putranto, 2012).

Desa dibedakan menjadi tiga tipe berdasarkan pada mata pencaharian penduduknya. Pembagian desa berdasarkan mata pencaharian dilihat dari kekuatan ekonomi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Ainurrohmah, 2022). Kelurahan Sawitan termasuk kedalam tipe desa Industri, karena mayoritas penduduk Kelurahan Sawitan berprofesi sebagai pengelola sebuah usaha. Hal ini sesuai dengan definisi desa industri menurut Ainurrohmah, (2022) yaitu desa dengan mayoritas penduduknya bekerja di sektor industri besar (pabrik) dan industri kecil (usaha rumahan). Industri rumahan kecil menengah di Kelurahan Sawitan cukup terbilang tinggi potensinya, hal ini dibuktikan dengan usaha yang sudah berdiri sejak lama dan potensi untuk memperluas jangkauan pemasarannya.

#### **To know - Pendataan UMKM Kelurahan Sawitan**

Pendataan dilaksanakan sebagai langkah awal untuk melakukan survei, mengidentifikasi, dan menganalisis permasalahan yang terjadi atau sedang dihadapi pelaku UMKM. Survei dilakukan dengan metode wawancara langsung bersama pelaku UMKM dan pengisian formulir. Terdapat point penting yang menjadi fokus utama dalam pendataan yaitu; (1) Data pelaku UMKM yang bersumber dari Kartu Tanda Penduduk (KTP), (2) data usaha yang memuat informasi mengenai nama usaha, jenis ushaa, lama usaha, pendapatan perbulan, dan alamat usaha, (3) pengelolaan usaha meliputi strategi pemasaran yang dilakukan, pengelolaan keuangan usaha, dan (4) Kelengkapan legalitas usaha. Pendataan dilaksanakan selama lima hari tertanggal 11 - 15 Agustus 2023, dengan mendatangi pelaku UMKM secara langsung, seperti terlihat di Gambar 1.



Gambar 1. Kegiatan pemetaan masalah dengan mitra

Hasil dari pendataan terdapat 113 pelaku UMKM, seperti terlihat di Tabel 1, yang kemudian diklasifikasikan menjadi beberapa jenis usaha berdasarkan produk yang dihasilkan. Jenis usaha yang paling banyak dari UMKM di Kelurahan Sawitan adalah Sektor kuliner yaitu usaha yang memproduksi makanan dan minuman sebesar 48%. Jenis usaha lainnya terdapat usaha produksi non pangan seperti tekstil, dan kerajinan, usaha toko kelontong, fashion, peternakan, agribisnis, dan jasa.

**Tabel 2. Data UMKM di kelurahan Sawitan berdasarkan jenis usaha**

	Jenis Usaha							TOTAL
	Kuliner	Produksi non pangan	Kelontong	Fashion	Peternakan	Agribisnis	Jasa	
Jumlah Pelaku UMKM	54	9	21	1	2	3	23	113

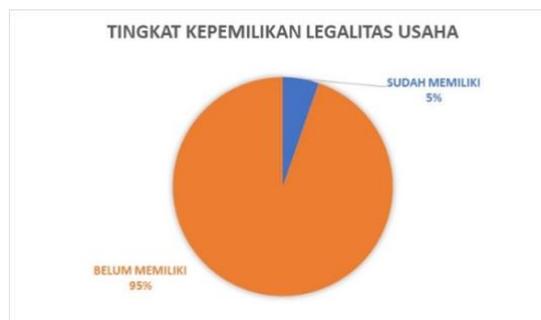
Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil pendataan dan survei ditemukan bahwa pelaku UMKM di Kelurahan Sawitan masih mengalami kesulitan dan keterbatasan untuk mengakses informasi yang dapat mengembangkan usahanya. Hal ini dibuktikan dengan masih rendahnya tingkat pemahaman penggunaan teknologi ditandai dengan sedikitnya pelaku UMKM yang telah melaksanakan strategi pemasaran melalui jejaring digital yaitu sebesar 48%. Tingkat pemahaman yang rendah dari pelaku UMKM mengenai pentingnya legalitas usaha terutama bagi pelaku UMKM di sektor kuliner. Kurangnya pemahaman mengenai legalitas dipengaruhi oleh minimnya informasi mengenai proses pendaftaran legalitas untuk mendapatkan surat perizinan usaha dari Pemerintah. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pelaku UMKM yang memiliki legalitas usaha hanya mencapai 5% dan sebesar 95% pelaku UMKM belum memiliki legalitas usaha. Selain itu tingkat pemahaman literasi keuangan yang masih sangat rendah, hal ini dibuktikan dengan jumlah pelaku UMKM telah memiliki pengelolaan keuangan terpisah dan pembukuan hanya mencapai 5%. Sedangkan sebesar 82% pelaku UMKM belum memiliki pengelolaan keuangan yang baik, dengan ditandai tidak adanya pencatatan, pengelolaan keuangan yang masih tercampur, dan tidak memiliki pembukuan pada usaha yang dijalankan. Hasil analisis dan identifikasi masalah dapat digambarkan melalui diagram pada Gambar 2, Gambar 3, dan Gambar 4.



Sumber: Data primer yang diolah

Gambar 2. Diagram Tingkat Penerapan Digital Marketing



Sumber: Data primer yang diolah

Gambar 3. Diagram Tingkat Kepemilikan Legalitas Usaha



Sumber: Data primer yang diolah

Gambar 5. Diagram Tingkat Kepemilikan Literasi Keuangan

### ***To understand – planning***

Setelah mengetahui permasalahan yang terjadi atau dihadapi pelaku UMKM, kemudian tim pelaksana merumuskan perencanaan, seperti terlihat di Tabel 3. Tahap perencanaan merupakan keberlanjutan atas pelaksanaan pendataan, berupa menyusun program-program yang dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang ada. Terdapat dua program utama yang direncanakan dan dapat menjadi solusi bagi permasalahan yaitu melaksanakan sosialisasi dan pendampingan pelaku UMKM.

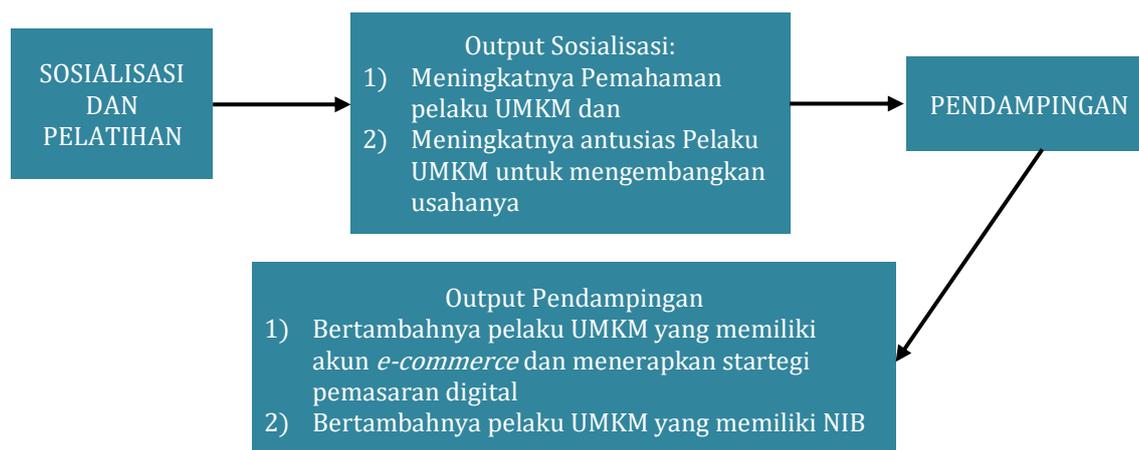
Untuk melaksanakan program tersebut, tim pelaksana melakukan koordinasi, persiapan pelaksanaan, dan konfirmasi kepada pihak-pihak terkait yaitu, Lurah Sawitan, Kepala dusun, Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), Pemateri, Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Magelang (DISDAGKOP UKM), serta pelaku UMKM. Terdapat 20 pelaku UMKM yang ditetapkan menjadi sampel pada pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Penentuan sample ini bertujuan untuk meminimalisir inefisiensi dan mengoptimalkan pelaksanaan dengan berfokus pada beberapa pelaku UMKM yang telah berkomitmen dan bersedia mengikuti rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM. Penentuan sampel pada kegiatan ini menggunakan metode *purpose sampling* yaitu, berdasarkan pada pertimbangan, lama usaha dan potensi usaha berdasarkan produk yang dihasilkan.

Tabel 3. Perencanaan program bagi pelaku UMKM

Program	Materi/Pembahasan	Tujuan
Sosialisasi DLLK (Digitalisasi, Legalitas Usaha, Literasi Keuangan) bagi pelaku UMKM	1. Pentingnya <i>digital marketing</i> 2. Strategi branding usaha bagi perkembangan usaha	<i>Digitalisasi:</i> Meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya digital marketing dan strategi digital marketing bagi keberlangsungan usaha di era digitalisasi
	1. Pentingnya legalitas bagi usaha 2. Ketentuan persyaratan pendaftaran legalitas usaha 3. Tata cara mendaftar perizinan usaha (NIB dan Sertifikat Halal)	<i>Legalitas Usaha:</i> Meningkatkan pemahaman pentingnya kelengkapan legalitas usaha, dan cara-cara mendaftar perizinan usaha
	1. Cara mengelola keuangan usaha 2. Membuat pembukuan sederhana bagi UMKM	<i>Literasi Keuangan:</i> Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pengelolaan keuangan yang baik dan membuat pembukuan sederhana untuk UMKM
Pendampingan pelaku UMKM	1. Mendaftarkan UMKM pada platform e-commerce Shoope 2. Mendaftarkan NIB UMKM	Mendampingi pelaku UMKM untuk mengimplementasikan digitalisasi pada usahanya dan mendaftarkan usahanya kepada lembaga legal.

**To action – Pelaksanaan**

Program pelatihan dan pendampingan terbagi dalam dua rangkaian yaitu; 1) tahap sosialisasi, dan pelatihan serta, 2) tahap pendampingan dan monitoring. Rangkaian program secara ringkas dapat diilustrasikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Tahapan kegiatan

1) Sosialisasi- DLLK (Digitalisasi, Legalitas Usaha, dan Literasi Keuangan) bagi Pelaku UMKM

Sosialisasi merupakan sarana edukasi yang dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai digitalisasi bagi pengembangan usaha, legalitas usaha, dan literasi keuangan melalui penyampaian materi dan diskusi bersama. Peserta sosialisasi merupakan pelaku UMKM yang dipilih berdasarkan pertimbangan lama usaha, potensi usaha, dan jumlah produk yang dihasilkan, serta telah terkonfirmasi bersedia untuk mengikuti rangkaian kegiatan. Berdasarkan pertimbangan tersebut terdapat 20 orang pelaku UMKM yang menjadi peserta sosialisasi.

Materi sosialisasi disampaikan oleh pemateri yang berasal dari Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM (DISDAGKOP UKM) Kabupetan Magelang, serta Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Alma Ata Yogyakarta. Pelaksanaan sosialisasi dilaksanakan dalam satu hari dengan empat sesi yaitu, tiga sesi penyampaian materi dan satu sesi diskusi bersama. Peserta sosialisasi memiliki antusiasme yang cukup dan aktif dalam diskusi, hal ini dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Sesi diskusi pada tanya jawab

Materi sosialisasi terdiri dari tiga pembahasan yaitu, materi mengenai digitalisasi, legalitas usaha, dan literasi keuangan. Secara komprehensif pemaparan materi disampaikan bergantian oleh para narasumber. Sosialisasi mengenai digitalisasi sangat penting bagi para pelaku UMKM karena teknologi saat ini sudah menjadi salah satu aspek yang berperan besar dalam kehidupan salah satunya dalam berbisnis. Maka penerapan *digital marketing* sudah seharusnya menjadi pilihan yang tepat agar tidak tertinggal dari para kompetitor bisnis (Ariyani et al., 2023). Adapun point bahasan yang disampaikan pada materi digitalisasi ini yaitu; (1) Pemanfaatan *e-commerce* bagi UMKM, (2) Strategi *digital marketing*, dan (3) Branding usaha. Pemateri berusaha menjelaskan mengenai bagaimana cara memilih *e-commerce* yang sesuai dengan jenis usaha, bagaimana langkah-langkah dalam melakukan pemasaran melalui media digital yang mudah, dan pentingnya digitalisasi bagi usaha sebagai bentuk perluasan jaringan pemasaran. Setelah pemaparan materi dilanjutkan dengan sesi tanya jawab, berikut rangkaian kegiatan dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 8. Pemaparan Materi Digitalisasi

Selanjutnya pemaparan materi mengenai legalitas usaha yang disampaikan oleh narasumber dari Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Magelang (DISDAGKOP UKM). Point pembahasan pada materi legalitas ini yaitu mengenai pentingnya legalitas bagi usaha, urutan perizinan yang harus dimiliki sebuah usaha, prosedur pendaftaran NIB dan Sertifikat Halal. Legalitas usaha menjadi aspek yang penting karena, selain keperluan untuk pencatatan pemerintah dan izin usaha dengan adanya surat perizinan yang dimiliki pelaku usaha dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Penjualan sebuah produk dipengaruhi oleh citra baik usaha dan tingginya kepercayaan konsumen terhadap sebuah produk.

Pemaparan materi yang ketiga mengenai literasi keuangan. Pemaparan materi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pengelolaan keuangan bagi keberlangsungan usaha, bagaimana cara mengatur keuangan agar lebih tepat, dan bagaimana cara menyusun pembukuan sederhana untuk sebuah usaha. Sosialisasi mengenai pengelolaan keuangan sangat penting bagi pelaku UMKM, karena pengelolaan modal, kas, dan pendapatan menjadi salah satu urgensi bagi sebuah usaha. Pemahaman dalam mengelola keuangan yang baik dapat membantu pelaku UMKM memprediksi pemasukan dan pengeluaran selama beberapa periode tertentu, sehingga dapat menghindari inefisiensi pengeluaran kas serta berpengaruh terhadap pengambilan keputusan bisnis dan strategi bisnis (Nurfauziah et al., 2023).

Hasil dari kegiatan sosialisasi mengenai digitalisasi UMKM, legalitas usaha, dan literasi keuangan bagi pelaku UMKM adalah meningkatnya pemahaman, dan motivasi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya dengan menerapkan digitalisasi bagi usahanya. Serta meningkatnya motivasi pelaku UMKM untuk melengkapi legalitas usahanya dengan langkah awal mengurus perizinan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk keperluan perizinan lainnya. Hal ini dibuktikan dari hasil pengisian formulir kesediaan yang disebarakan kepada pelaku UMKM yang

telah mengikuti sosialisasi. Formulir ini berisi pilihan kesediaan Pelaku UMKM dalam menerapkan digitalisasi dan melengkapi legalitas usahanya. Berdasarkan hasil pengisian formulir kesediaan didapatkan tingkat antusias peserta mencapai 75% yaitu, berasal dari 10 orang pelaku UMKM bersedia didampingi untuk melengkapi legalitas, dan 5 orang bersedia menerapkan digitalisasi. Tingkat antusias pelaku UMKM dapat digambarkan melalui diagram berikut:



Gambar 9. Diagram Antusiasme Mengikuti Program Pendampingan  
*Sumber: Data primer yang diolah*

2) Pendampingan Pelaku UMKM

Pendampingan bagi pelaku UMKM merupakan tindak lanjut dari kegiatan sosialisasi sebagai implementasi atas pemahaman pelaku UMKM dalam menerapkan aspek digital pada usahanya. Serta sebagai realisasi kelengkapan legalitas usaha, yaitu untuk memperoleh izin berupa NIB. Tujuan dilaksanakannya pendampingan adalah untuk membantu pelaku UMKM dalam proses implementasi agar lebih mudah. Pelaksanaan pendampingan dilaksanakan selama 5 hari terhadap 10 pelaku UMKM yang telah bersedia dan mengisi pilihan implementasi pada formulir kesediaan. Pendampingan ini terdiri dari beberapa rangkaian kegiatan yaitu, pendaftaran *e-commerce*, pembuatan branding usaha, dan pendaftaran legalitas usaha. Tabel 4 menunjukkan pelaku UMKM yang mengikuti program lanjutan.

Tabel. 4 Data Pelaku UMKM yang mengikuti program lanjutan

No.	Pelaku UMKM	Jenis Produk Usaha	Alamat	Jenis Pendampingan		
				Digital Marketing	Digitalisasi Branding	Legalitas (NIB)
1.	Ratna Puspita Ningsih	Produksi tekstil - Ecoprint	RT.05/RW.02 Sawitan II	Ya	Ya	Ya
2.	Sri Rumidati	Kripik Pisang	RT.02/RW.01 Sawitan I	Ya	Ya	Ya
3.	Siti Mutijah	Produksi Meja belajar lipat	RT.02/RW.02 Sawitan II	Ya		Ya
4.	Samuri	Produksi tempe	RT.02/RW.02 Sawitan II			Ya
5.	Eni Setia Wati	Soto ayam	RT.01/Rw.05 Patran	Ya		Ya
6.	Umiyatun	Catering makanan berat	RT.01/RW.05 Patran			Ya
7.	Lina Dwi Tunarti	Jasa salon	Rt.04/RW.04 Ngentak II			Ya
8.	Titin Listiyani	Kripik peyek kacang	RT.04/RW.04 Ngentak II	Ya	Ya	Ya
9.	Uni Mustaniani	Angkringan	RT.04/RW.04 Ngentak II			Ya
10.	Partimah	Kelontong	Rt.03/RW.06 Biyetan			Ya

Implementasi *e-commerce* dilaksanakan dengan cara mendampingi secara langsung dan mengarahkan pelaku UMKM dalam mendaftarkan usahanya pada salah satu platform *e-commerce*. Sedangkan pendaftaran legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) dilakukan secara online melalui platform OSS.go.id atau sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik.

Pelaku UMKM yang bersedia untuk menerapkan *digital marketing* dan mendaftar *e-commerce* sebelumnya telah memiliki media pemasaran digital berupa media sosial Whatsapp, Instagram, dan *Face book* namun sasaran pasarnya masih terbatas pada lokasi terdekat saja. *E-commerce* dipilih sebagai suatu solusi untuk memperluas jaringan pasar sebagai langkah lanjutan dari pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran digital. Pertumbuhan *e-commerce* telah membawa Indonesia menjadi negara dengan ekonomi digital terbesar dan tercepat di ASEAN (Arianto, 2020). Oleh karena itu potensi ini harus dimanfaatkan pelaku UMKM agar usahanya dapat berkembang sampai di kancah internasional. Melalui *e-commerce* pelaku UMKM dapat memanfaatkan fitur yang lebih mendukung untuk aktivitas penjualan, seperti log pemesanan, histori penjualan, dan pencatatan pendapatan melalui grafik penjualan secara otomatis.

Platform *e-commerce* yang digunakan adalah Shopee. Alasan digunakannya platform Shopee dalam kegiatan pendampingan sebagai transformasi digitalisasi UMKM di Kelurahan Sawitan adalah karena Shopee menjadi platform yang paling banyak digunakan dan mendominasi pasar *e-commerce* di Indonesia hingga pertengahan tahun 2023 (CNNIndonesia.com, 2023). Hal ini dibuktikan dengan jumlah pengunjung shopee berdasarkan SimilarWeb mencapai 161 juta pengunjung pertanggal mei 2023, jumlah ini lebih banyak dibandingkan dengan pengunjung pada platform *e-commerce* lainnya. Pelaksanaan pendampingan melalui beberapa langkah diantaranya; 1) langkah pertama mendaftarkan akun Shopee sesuai dengan kebutuhan usaha; 2) kedua membuat branding usaha berupa logo, stiker, dan banner. Pembuatan branding bertujuan untuk meningkatkan daya beli dan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Rezky et al., 2021); 3) langkah ketiga adalah memberikan pemahaman mengenai penggunaan *e-commerce*, mulai dari cara menambahkan daftar produk yang akan dijual, mengecek pesanan dan hasil penjualan, serta strategi pemasaran pada Shopee dengan mengubah layout tampilan toko lebih menarik. Gambar 10 menunjukkan desain branding produk dan akun dan toko online UMKM pada Shopee.

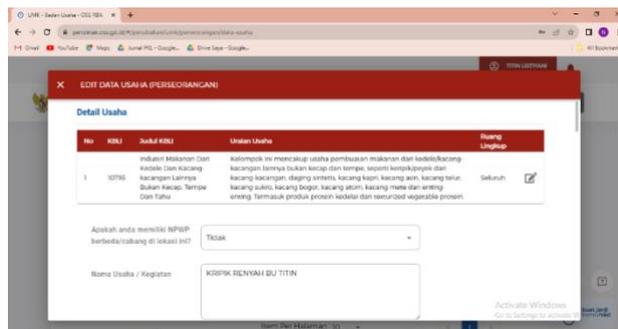


Gambar 10. Desain branding produk dan akun dan toko online UMKM pada Shopee

Fokus tujuan pelaksanaan pendampingan selain untuk membantu UMKM menjalankan transformasi ke arah *digital marketing*, juga berfokus pada kelengkapan legalitas usaha. Legalitas atau perizinan merupakan *instrument* kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengatur kegiatan-kegiatan yang memberikan peluang menimbulkan gangguan bagi kepentingan umum (Budiarto et al., 2022). Pendampingan untuk mendaftar perizinan dilaksanakan untuk memudahkan pelaku UMKM mendaftarkan usahanya dan mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB). Salah satu langkah awal untuk melengkapi legalitas usaha adalah ketersediaannya NIB, karena pendaftaran legalitas lanjutan seperti hak merek, sertifikasi halal, maupun PIRT memerlukan NIB. Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan suatu identitas yang diberikan kepada pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sesuai dengan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) atau bidang usahanya. Setiap pelaku usaha diharuskan memiliki NIB, karena NIB berperan penting sebagai Tanda Daftar Perusahaan (DPA), Angka Pengenal Impor (API), dan akses kepageban.

Nomor Induk Berusaha (NIB) menurut (Oktafiyani & Pabulo, (2023) memiliki berbagai fungsi diantaranya, sebagai identitas pelaku usaha, sebagai kode unik database pemerintah untuk mengidentifikasi pelaku usaha yang terdaftar, mempercepat proses administrasi seperti pembayaran pajak dan pelayanan publik. Selain itu fungsi NIB adalah untuk memudahkan pemerintah melakukan pengawasan dan pemantauan terhadap usaha yang

dijalankan. Rangkaian kegiatan pendampingan untuk mendaftarkan perizinan usaha dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11. Proses pendaftaran NIB pada platform OSS

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan pendataan yang dilaksanakan para pelaku UMKM di Kelurahan Sawitan kesulitan untuk mengoptimalkan usahanya, karena keterbatasan informasi dan pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi, kelengkapan legalitas, serta literasi keuangan bagi usahanya. Hasil pendataan yang dilaksanakan terhadap 113 pelaku UMKM menemukan bahwa tingkat penerapan *digital marketing* pada pelaku UMKM di Kelurahan Sawitan sangat rendah hanya mencapai 48%, serta pemahaman mengenai pentingnya kelengkapan legalitas usaha juga rendah dibuktikan dengan sebanyak 95% pelaku UMKM di Kelurahan Sawitan belum memiliki legalitas usaha. Adapun tingkat pemahaman literasi keuangan pelaku UMKM juga menunjukkan angka yang rendah yaitu, hanya sekitar 18% pelaku UMKM memiliki pembukuan keuangan. Berdasarkan data tersebut tim KKN-T Universitas Alma Ata melaksanakan kegiatan pengabdian melalui program pelatihan dan pendampingan UMKM. Dalam menjalankan program pelatihan dan pendampingan dilakukan pengambilan sampling, dengan berdasarkan pada pertimbangan lama usaha, potensi usaha, jumlah produk yang dihasilkan, dan kesediaan pelaku UMKM untuk mengikuti rangkaian kegiatan.

Pelaksanaan sosialisasi dilaksanakan dengan jumlah peserta 20 orang pelaku UMKM yang telah terkonfirmasi kesediaannya. Hasil dari pelaksanaan sosialisasi menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dan kelengkapan legalitas usaha yang dapat dilihat dari tingkat antusias pelaku UMKM yaitu, sebesar 75% pelaku UMKM bersedia untuk menerapkan *digital marketing* dan melengkapi perizinan usahanya. Pelaku UMKM yang menyatakan kesediaannya untuk mengimplementasikan digitalisasi dan melengkapi legalitas usaha kemudian didampingi oleh tim pelaksana dalam mendaftarkan usahanya pada salah satu platform *e-commerce* yaitu Shopee, dan dibantu untuk proses pendaftaran legalitas berupa NIB melalui platform OSS secara online. Terdapat 10 Pelaku UMKM yang berhasil mengimplementasikan digitalisasi dan melengkapi legalitas usaha. Saran untuk tim pelaksana pengabdian berikutnya dapat mengoptimalkan program pelatihan dan pendampingan dengan menambah sasaran pelaku UMKM dan melaksanakan monitoring lebih dari dua hari. Selain itu dapat menambah jenis pendampingan untuk menyusun pembukuan keuangan sederhana bagi pelaku UMKM terutama usaha kelontong.

#### 5. PERSANTUNAN

Tim KKN-T Universitas Alma Ata sebagai tim pelaksana mengucapkan terimakasih kepada mitra kegiatan pada pengabdian masyarakat yaitu (1) Pemerintah Kelurahan Sawitan; dan (2) pelaku UMKM di Kelurahan Sawitan yang sudah bersedia menjalankan kolaborasi melalui kegiatan pengabdian masyarakat dengan tujuan meningkatkan potensi UMKM melalui penerapan dan pemahaman aspek digitalisasi UMKM, legalitas usaha, dan pemahaman literasi keuangan. Selanjutnya kami juga berterimakasih kepada Direktorat Pengabdian Masyarakat dan KKN Universitas Alma Ata yang telah memberikan kesempatan serta dukungan untuk menjalankan program pengabdian masyarakat KKN-T tahun 2023 di Kelurahan Sawitan. Rangkaian kegiatan dilaksanakan sesuai dengan kerangka acuan kegiatan sehingga memberikan dampak yang signifikan bagi pelaku UMKM di Kelurahan Sawitan untuk meningkatkan potensinya melalui peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai digitalisasi UMKM, legalitas usaha, dan literasi keuangan.

#### REFERENSI

- Ainurrohman Diah. (2022, August 13). *3 Klasifikasi Desa Berdasarkan Mata Pencaharian Beserta Contohnya*. Doseogeografi.Com. <https://doseogeografi.com/desa-berdasarkan-mata-pencaharian/>
- Anekawati, A., Yulastina, R., Purwanto, E., Hidayaturrahman, M., Pertanian, F., Wiraraja, U., & Ekonomi Bisnis, F. (2021). Pemberdayaan UMKM Di Kecamatan Ra'as Melalui Pendampingan Standarisasi Produk Dan Kemasan. *Jurnal Abdiraja*, 4(1).

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. In *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 6, Issue 2).
- Ariyani, A. D., Fajri, R. N., Hidayah, N., Layli, M., Setiawan, D. F., Sari, S. W. H. P., Maula, D. I., & Hisam, M. (2023). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Bisnis Digital Untuk Pelaku UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 477. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12260>
- Budiarto Rahma Nur Fadia, Sandra Amelia, K., Arindawati, S., Kumala Mawardhany, S., Amalia Putri Belangi, H., Wardhani Mas, K., Wuryandari, Y., Pembangunan Nasional, U., Timur Jl Raya Rungkut Madya, J., & Anyar, G. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam Rangka Pengembangan UMKM Desa Ngampungan. *Karya Unggul: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 116–124.
- Christina, Putra Ravindra Claudio, Steven, L., Aruan, M., Joab, J., Novianti, D., Desia, W., & Wangsa, R. (2022). *Manfaat Aktivasi Digitalisasi pada Pendapatan UMKM*. 4(2), 182–194.
- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Di Masa Pandemi Bagi Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 138–149. <http://jatimtimes.online/pendidikan/mahasiswa-pnm-15-umm-bangkitkan-umkm-di-nganjuk->
- CNNIndonesia.com. (2023, June 26). *Dominasi Pasar E-Commerce, Shopee Unggul dari Para Pemain Lain*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain>
- Kemenkeu. (2022, October 5). *Ciptakan Ekonomi Inklusif, Pemerintah Terus Dorong Digitalisasi pada UMKM*. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/pemerintah-terus-dorong-digitalisasi-pada-umkm>
- Kemenkeu.go.id. (2022, October 5). *Ciptakan Ekonomi Inklusif, Pemerintah Terus Dorong Digitalisasi pada UMKM*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Krisdiawan, R. A., & Yulyanto, D. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Internet Dibidang E-Commerce Dalam Meningkatkan Jangkauan Pemasaran Produk UMKM Desa Pamulihan Kecamatan Subang. In *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Mahpuz, M., Bahtiar, H., Fathurahman, F., & Nur, A. M. (2021). Pelatihan pembinaan UMKM berbasis Teknologi Informasi untuk meningkatkan SDM pelaku UMKM. *ABSARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 212–219. <https://doi.org/10.29408/ab.v2i2.4206>
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional. In *Jurnal Ekonomi* (Vol. 22, Issue 2).
- Nurfauziah, N., Mulyati, S., Suhartini, S., Anindya, K. N., & Utami, T. L. W. (2023). Pendampingan Pengelolaan Keuangan UMKM dalam Rangka Meningkatkan Peran UMKM sebagai Penopang Pariwisata di Desa Jeblog. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(4), 587–596. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.1467>
- Oktafiyani, M. S., & Pabulo, A. M. A. (2023). Pendampingan Transformasi UMKM Dengan Pendekatan Go Legal Bagi Pelaku UMKM Kopi Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(12). [www.umkmnaikkelas.com](http://www.umkmnaikkelas.com)
- Putranto J Suryadhi. (2012, March 3). *Mengenal Desa Dan Kelurahan Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 Tentang Desa Dan Nomor 73 Tahun 2005 Tentang Kelurahan*. [jdih.kemnaker.go.id](https://jdih.kemnaker.go.id/asset/data_artikel/2012-3-3.pdf).
- Putri Hatia Mutiara Aulia. (2023, February 7). *Jumlah UMKM Capai 8,71 Juta, Bisa Jadi "Tameng" Resesi?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230207115843-128-411724/jumlah-umkm-capai-871-juta-bisa-jadi-tameng-resesi>
- Qomar, N. M., Dara, L., Karsono, P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., Anjani, Y., & Bisnis, F. E. (2022). Peningkatan Kualitas UMKM Berbasis Digital Dengan Metode Participatory Action Research (PAR). *Community Development Journal*, 3(1), 74–81.
- Rezky, S. F., Hamdani, R., Suherdi, D., Erwansyah, K., Ginting, E. F., Barita, P., & Simangunsong, N. (2021). *Branding UMKM untuk Meningkatkan Potensi Promosi dan Penjualan Secara Mandiri* (Vol. 1, Issue 1).
- Setiawan Teddy, Susetyo Priyo Dwinanto, & Pranajaya Eka. (2021). Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, Issue 7, pp. 73–80). Routledge. <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1859057>

Sumarmi, W., Bambang Jakaria, R., & Kusumawardani, P. A. (2023). Pelatihan Legalitas Data Usaha Berbasis Digital dalam Peningkatan UMKM Desa Duyung Trawas Mojokerto. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(1). <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i1.524>