

Pendampingan Digitalisasi dan Legalitas untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Duren Kabupaten Probolinggo

Lyna Syahnuriyah Al-Hamdany¹⁾, Siti Nur Aisyah Rochman²⁾, Fadhil Azzam³⁾, Ricky Daniswara Pramana Putra⁴⁾, Basilia Adun Azaria⁵⁾, Muhammad Fahmi⁶⁾

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

Email: lynasyahnuriyah@gmail.com¹⁾, aisrochman19@gmail.com²⁾, fadhilazzam18@gmail.com³⁾, rikidaniswara20@gmail.com⁴⁾, basiliaazaria@gmail.com⁵⁾, muhammadfahmi@uinsa.ac.id⁶⁾

Abstract: *This community service program aimed to improve digital marketing capacity and strengthen business legality among MSMEs in Duren Village, Gading District, Probolinggo Regency. The program was conducted on June 24, 2026, using a participatory approach involving two MSME partners, Kripik Alvin Jaya and Krupuk Bu Sumiati. The activities consisted of four stages: problem observation and identification, interviews and coordination with partners, implementation of assistance, and evaluation through observation, interviews, and documentation. The results showed that both MSMEs successfully obtained business locations on Google Maps, established WhatsApp Business accounts with more complete business profiles, and received business banners to strengthen promotion and business identity. In addition, Krupuk Bu Sumiati successfully obtained an NIB through the Online Single Submission (OSS) system. The program demonstrates that integrating digitalization and business legality assistance can serve as an initial strategy for strengthening MSME visibility, business identity, and readiness for further development.*

Abstrak: *Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pemasaran digital dan memperkuat legalitas usaha pada UMKM di Desa Duren, Kecamatan Gading, Kabupaten Probolinggo. Kegiatan dilaksanakan pada 24 Juni 2026 melalui pendekatan partisipatif dengan melibatkan dua UMKM mitra, yaitu UMKM Kripik Alvin Jaya dan UMKM Krupuk Bu Sumiati. Pelaksanaan kegiatan meliputi empat tahap, yaitu observasi dan identifikasi masalah, wawancara dan koordinasi dengan mitra, pelaksanaan pendampingan, serta evaluasi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kedua UMKM berhasil memiliki titik lokasi usaha pada Google Maps, akun WhatsApp Business dengan profil usaha yang lebih lengkap, serta banner sebagai media promosi dan identitas usaha. Selain itu, UMKM Krupuk Bu Sumiati berhasil memperoleh NIB melalui sistem Online Single Submission (OSS). Pendampingan menunjukkan bahwa integrasi digitalisasi dan legalitas dapat menjadi langkah awal dalam memperkuat visibilitas, identitas, dan kesiapan pengembangan usaha UMKM.*

Keywords: *MSMEs, Business Digitalization, Google Maps, WhatsApp Business, Business Identification Number (NIB).*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat nasional maupun daerah (Sarjana

dkk., 2022). Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan yang memiliki potensi sumber daya lokal. Melalui berbagai produk unggulan yang dihasilkan, UMKM mampu meningkatkan nilai tambah komoditas lokal sekaligus mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di era transformasi digital, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap kompetitif (Purwana dkk., 2017). Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu strategi yang dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi usaha, serta memperkuat daya saing produk di tengah persaingan pasar yang semakin terbuka (Ramida dkk., 2022).

Meskipun peluang digitalisasi semakin besar, masih banyak UMKM yang menghadapi berbagai kendala dalam penerapannya. Rendahnya literasi digital, keterbatasan pengetahuan mengenai strategi pemasaran berbasis teknologi, serta minimnya pendampingan menyebabkan sebagian pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Selain itu, aspek legalitas usaha juga menjadi tantangan yang tidak kalah penting. Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan salah satu bentuk legalitas yang memberikan kepastian hukum sekaligus meningkatkan kredibilitas usaha. NIB juga menjadi persyaratan dasar bagi pelaku usaha untuk memperoleh berbagai fasilitas, seperti akses pembiayaan, program pembinaan pemerintah, sertifikasi produk, maupun peluang kerja sama dengan berbagai pihak (Firmansyah dkk., 2025). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya legalitas usaha maupun prosedur pengurusannya, sehingga keberadaan pendampingan menjadi sangat diperlukan.

Kondisi tersebut juga ditemukan pada UMKM di Desa Duren, Kecamatan Gading, Kabupaten Probolinggo. Desa ini memiliki potensi ekonomi yang cukup baik melalui berbagai usaha berbasis produk pangan lokal, seperti kerupuk bawang serta aneka keripik berbahan singkong, talas, dan pisang. Produk-produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan memanfaatkan bahan baku lokal yang tersedia di sekitar desa. Akan tetapi, potensi tersebut belum sepenuhnya didukung oleh kemampuan pemasaran yang optimal. Sebagian pelaku UMKM masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan pelanggan tetap, sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas. Pemanfaatan media digital, seperti Google Maps dan WhatsApp Business, juga belum dilakukan secara maksimal. Di sisi lain, sebagian pelaku usaha belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sehingga peluang untuk memperoleh berbagai program pengembangan usaha masih belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Berbagai kegiatan pengabdian dan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendampingan digitalisasi mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi sebagai media promosi dan komunikasi dengan pelanggan (Diantoro dkk., 2024). Pemanfaatan platform digital terbukti dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan visibilitas produk, serta mempermudah

konsumen dalam memperoleh informasi mengenai lokasi maupun layanan usaha. Sementara itu, pendampingan dalam pengurusan Nomor Induk Berusaha juga terbukti mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya legalitas usaha sekaligus mendorong peningkatan akses terhadap berbagai program pengembangan usaha (Anisa Nur Aziizah dkk., 2025). Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi dan legalitas merupakan dua aspek yang saling mendukung dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM.

Meskipun demikian, sebagian besar kegiatan pengabdian terdahulu masih berfokus pada satu aspek tertentu, baik digitalisasi pemasaran maupun penguatan legalitas usaha secara terpisah. Padahal, permasalahan yang dihadapi UMKM di tingkat desa umumnya bersifat kompleks dan saling berkaitan. Oleh karena itu, diperlukan suatu model pendampingan yang mengintegrasikan pemanfaatan Google Maps, WhatsApp Business, dan banner usaha sebagai media promosi dengan pendampingan pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB). Pendekatan tersebut diharapkan mampu menjawab kebutuhan UMKM secara lebih menyeluruh sehingga tidak hanya meningkatkan kemampuan pemasaran digital, tetapi juga memperkuat aspek legalitas usaha sebagai fondasi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi UMKM di Desa Duren dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital melalui Google Maps, WhatsApp Business, dan banner usaha, serta memperkuat legalitas usaha melalui fasilitasi pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pemasaran, memperkuat identitas usaha, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membuka akses terhadap berbagai program pemberdayaan. Selain memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra, kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi model pendampingan terpadu yang mengombinasikan digitalisasi dan penguatan legalitas untuk meningkatkan daya saing produk lokal di Desa Duren maupun desa lain dengan karakteristik yang serupa.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada 24 Juni 2026 di Desa Duren, Kecamatan Gading, Kabupaten Probolinggo. Mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi kerupuk dan keripik. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif, yaitu melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan sehingga program yang dilaksanakan sesuai

dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkesinambungan, sebagaimana disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Berdasarkan gambar 1, tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian dimulai dari observasi dan identifikasi masalah merupakan tahap awal yang dilakukan melalui observasi lapangan untuk mengetahui kondisi UMKM, potensi usaha, serta permasalahan yang dihadapi, khususnya terkait pemasaran digital dan legalitas usaha. Wawancara dan Koordinasi dengan Mitra dilakukan bersama pelaku UMKM dan pemerintah desa untuk menggali informasi mengenai kebutuhan mitra serta menyusun bentuk pendampingan yang akan dilaksanakan. Pelaksanaan Pendampingan meliputi pendampingan digitalisasi usaha melalui pembuatan lokasi usaha pada Google Maps, pembuatan akun WhatsApp Business, penyediaan banner promosi, serta pendampingan pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS). Evaluasi Program dilakukan secara deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kegiatan untuk menilai ketercapaian program. Indikator keberhasilan meliputi tersedianya media digital usaha, terbitnya Nomor Induk Berusaha (NIB), serta meningkatnya pemahaman mitra mengenai pentingnya digitalisasi dan legalitas usaha dalam mendukung daya saing produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap pelaku UMKM di Desa Duren, Kecamatan Gading, Kabupaten Probolinggo, diperoleh informasi bahwa terdapat dua UMKM yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian, yaitu UMKM Kripik Alvin Jaya dan UMKM Krupuk Bu Sumiati. Kedua UMKM tersebut merupakan usaha rumahan yang telah berkembang cukup lama dan memiliki potensi untuk terus dikembangkan karena mampu mengolah bahan pangan lokal menjadi produk yang bernilai ekonomi. Meskipun demikian, hasil identifikasi menunjukkan bahwa kedua UMKM masih menghadapi sejumlah kendala yang berpotensi menghambat pengembangan usaha, terutama pada aspek pemasaran berbasis digital dan penguatan legalitas usaha.

UMKM Kripik Alvin Jaya merupakan usaha milik Ibu Siti Zubaidah yang telah beroperasi selama kurang lebih dua puluh tahun. Produk yang dihasilkan terdiri atas empat jenis, yaitu kripik talas, kripik pisang, kripik singkong, dan kripik sukun. Dalam menjalankan usahanya, Ibu Zubaidah dibantu oleh sekitar lima orang tenaga kerja. Produk dipasarkan melalui toko-toko dan warung dengan sistem

penitipan (rentengan), melayani pemesanan (pre-order) melalui WhatsApp, serta telah menjangkau pemasaran hingga Kota Probolinggo. Selain itu, produk UMKM Kripik Alvin Jaya juga telah dipasarkan melalui Family Mart serta dipromosikan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa produk UMKM Kripik Alvin Jaya memiliki potensi pasar yang cukup baik karena telah diterima oleh konsumen dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Di sisi lain, UMKM Kripik Alvin Jaya masih menghadapi beberapa kendala dalam menjalankan usahanya. Kenaikan harga bahan baku menyebabkan biaya produksi meningkat sehingga keuntungan yang diperoleh semakin menipis. Pelaku usaha juga masih mengalami keterbatasan pada aspek peralatan produksi yang berdampak pada efisiensi proses produksi. Meskipun telah memanfaatkan WhatsApp sebagai media pemesanan, pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung promosi dan memperluas jangkauan pemasaran masih belum optimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa diperlukan strategi penguatan pemasaran digital yang mampu meningkatkan visibilitas usaha tanpa menambah beban biaya promosi yang tinggi.

Sementara itu, UMKM Krupuk Bu Sumiati telah beroperasi sejak tahun 2010 dan memproduksi kerupuk bawang yang dipasarkan ke berbagai toko, warung, penjual bakso, serta satu agen di wilayah sekitar. Usaha ini memiliki peluang untuk terus berkembang karena telah memiliki jaringan pemasaran yang cukup luas dan permintaan produk yang relatif stabil. Namun demikian, hasil observasi menunjukkan bahwa proses produksi masih didominasi oleh pemilik usaha akibat keterbatasan tenaga kerja. Selain itu, sebelum pelaksanaan program pengabdian, UMKM tersebut juga belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sehingga aspek legalitas usaha masih perlu diperkuat sebagai salah satu syarat dalam mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kedua UMKM memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang, baik dari sisi kualitas produk maupun peluang pasar. Akan tetapi, potensi tersebut belum didukung oleh pemanfaatan teknologi digital secara optimal dan, khusus pada UMKM Krupuk Bu Sumiati, belum didukung oleh legalitas usaha yang memadai. Oleh karena itu, program pengabdian difokuskan pada pendampingan digitalisasi melalui pembuatan Google Maps, WhatsApp Business, dan banner usaha pada kedua UMKM. Sementara itu, pendampingan penguatan legalitas melalui pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) difokuskan pada UMKM Krupuk Bu Sumiati sebagai upaya meningkatkan kapasitas usaha dan daya saing produk lokal.

Menindaklanjuti hasil identifikasi permasalahan yang telah dilakukan, tim KKN melaksanakan pendampingan digitalisasi sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kapasitas pemasaran UMKM di Desa Duren. Program ini diberikan kepada dua UMKM mitra, yaitu UMKM Kripik Alvin Jaya dan UMKM Krupuk Bu Sumiati, melalui pembuatan Google Maps, WhatsApp Business, dan banner usaha. Pendampingan tersebut bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kemudahan

akses informasi bagi konsumen, serta memperkuat identitas usaha agar lebih dikenal oleh masyarakat. Pendekatan serupa dalam pendampingan UMKM menunjukkan bahwa Google Maps dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas usaha, sementara WhatsApp Business dapat mendukung interaksi dan pemasaran dengan pelanggan melalui profil bisnis dan fitur komunikasi yang lebih terstruktur (Ikerismawati dkk., 2023).

Tahap awal kegiatan diawali dengan pembuatan titik lokasi usaha pada Google Maps. Sebelum pendampingan dilakukan, kedua UMKM belum memiliki titik lokasi usaha yang terdaftar secara resmi pada Google Maps sehingga konsumen, khususnya dari luar Desa Duren, mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi usaha. Keberadaan lokasi usaha pada platform digital diharapkan dapat memudahkan konsumen dalam menemukan alamat UMKM secara lebih cepat dan akurat. Selain meningkatkan visibilitas usaha, pemanfaatan Google Maps juga menjadi langkah awal bagi pelaku UMKM untuk memperkuat eksistensi usahanya di ruang digital (Safitri & Nugroho, 2025).

Selanjutnya, tim KKN mendampingi pelaku UMKM dalam pemanfaatan WhatsApp Business sebagai media komunikasi dan promosi usaha. Meskipun UMKM Kripik Alvin Jaya telah menerima pemesanan melalui WhatsApp, akun yang digunakan masih berupa WhatsApp pribadi sehingga belum memanfaatkan berbagai fitur pendukung usaha secara optimal. Oleh karena itu, pendampingan dilakukan dengan melengkapi profil usaha, menambahkan informasi kontak, jam operasional, alamat usaha, serta deskripsi produk sehingga identitas usaha tersusun secara lebih profesional. Pemanfaatan WhatsApp Business diharapkan mampu mendukung komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan sekaligus mempermudah proses pelayanan pemesanan produk (Mardiana & Latifah, 2025). Pemanfaatan platform tersebut juga dapat menjadi bagian dari strategi penguatan literasi digital UMKM karena membantu pelaku usaha membangun profil bisnis dan memanfaatkan teknologi digital sebagai media komunikasi serta pemasaran (Amalia dkk., 2026). Sebagai pelengkap media promosi, tim KKN juga membuat banner usaha yang dipasang pada lokasi masing-masing UMKM. Banner dirancang untuk menampilkan identitas usaha secara lebih jelas sehingga dapat meningkatkan daya tarik visual sekaligus memudahkan masyarakat mengenali lokasi usaha. Kehadiran banner juga menjadi media promosi sederhana yang mampu memperkuat citra UMKM di lingkungan sekitar.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa kedua UMKM telah memiliki media promosi digital yang lebih terstruktur melalui Google Maps dan WhatsApp Business, serta identitas usaha yang lebih jelas melalui pemasangan banner. Setelah kegiatan selesai dilaksanakan, kedua UMKM telah memiliki titik lokasi usaha pada Google Maps, akun WhatsApp Business dengan profil usaha yang lebih lengkap, serta banner usaha yang dipasang di lokasi produksi. Pemilik UMKM Kripik Alvin Jaya maupun UMKM Krupuk Bu Sumiati memberikan respons yang positif terhadap kegiatan pendampingan. Pelaku usaha menyampaikan rasa syukur dan senang karena memperoleh pendampingan yang dinilai mampu

membantu memperkenalkan usahanya kepada masyarakat secara lebih luas serta mendukung pengembangan usaha di masa mendatang.



Gambar 2. Pendampingan digitalisasi UMKM melalui pemasangan banner usaha
Sumber: Dokumentasi KKN UINSA 180, 2026

Pendampingan digitalisasi yang dilakukan menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital yang sederhana dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan daya saing UMKM. Google Maps berperan dalam meningkatkan kemudahan akses lokasi usaha, WhatsApp Business mendukung komunikasi dan pelayanan kepada pelanggan secara lebih profesional, sedangkan banner usaha memperkuat identitas visual UMKM. Dengan demikian, program digitalisasi tidak hanya membantu meningkatkan media promosi usaha, tetapi juga mempersiapkan pelaku UMKM agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar yang semakin kompetitif.

Selain pendampingan digitalisasi melalui Google Maps, WhatsApp Business, dan banner usaha, kegiatan pengabdian juga diarahkan pada penguatan aspek legalitas UMKM melalui pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Pendampingan legalitas melalui NIB juga telah diterapkan dalam berbagai program pemberdayaan UMKM, terutama untuk membantu pelaku usaha memahami prosedur pendaftaran melalui Online Single Submission (OSS) dan memperoleh identitas usaha yang sah (Septiyah dkk., 2024). Berdasarkan hasil identifikasi sebelumnya, diketahui bahwa UMKM kerupuk bawang yang menjadi mitra belum memiliki NIB sehingga belum mempunyai identitas usaha yang diakui secara resmi. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat menghambat pengembangan

usaha, mengingat legalitas merupakan syarat penting dalam mendukung akses terhadap berbagai program pemberdayaan dan pengembangan UMKM.

Pendampingan dilakukan secara langsung oleh tim KKN dengan memfasilitasi proses pendaftaran NIB melalui sistem Online Single Submission (OSS). Pada tahap awal, tim memberikan penjelasan mengenai fungsi dan manfaat NIB sebagai identitas legal pelaku usaha sekaligus persyaratan dasar dalam pengembangan usaha. Selanjutnya, tim membantu pelaku UMKM menyiapkan berbagai dokumen dan data yang dibutuhkan, meliputi Nomor Induk Kependudukan (NIK), nomor telepon, alamat surat elektronik (e-mail), foto tampak depan tempat usaha, titik koordinat lokasi usaha, luas lahan, data investasi atau modal usaha, modal kerja selama tiga bulan, serta nilai penjualan tahunan. Setelah seluruh data dinyatakan lengkap, proses pendaftaran dilakukan melalui laman OSS hingga NIB berhasil diterbitkan (Safira, 2024).



Gambar 3. Proses pendampingan pembuatan Google Maps, WhatsApp Business, serta penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Sumber: Dokumentasi KKN UINSA 180, 2026

Keberhasilan penerbitan NIB menunjukkan bahwa pendampingan yang diberikan mampu membantu pelaku UMKM dalam memenuhi aspek legalitas usaha yang sebelumnya belum dimiliki. Proses penerbitan NIB berlangsung relatif cepat setelah seluruh persyaratan administrasi dipenuhi dan data berhasil diverifikasi oleh sistem OSS. Dengan diterbitkannya NIB, UMKM mitra kini telah

memiliki identitas usaha yang sah sehingga memiliki landasan hukum yang lebih kuat dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Penguatan legalitas melalui kepemilikan NIB menjadi salah satu langkah strategis dalam mendukung keberlanjutan UMKM. Selain memberikan kepastian hukum, NIB juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memperoleh akses terhadap berbagai program pemerintah, pelatihan, bantuan permodalan, serta pengurusan perizinan lanjutan, seperti sertifikasi halal maupun izin usaha lainnya. Oleh karena itu, pendampingan legalitas yang dilakukan dalam program ini melengkapi upaya digitalisasi yang telah dilaksanakan sebelumnya, sehingga UMKM tidak hanya memiliki media promosi yang lebih baik, tetapi juga didukung oleh legalitas usaha yang memadai sebagai modal untuk meningkatkan daya saing produk lokal.

Pendampingan legalitas dan digitalisasi memiliki efek sinergis yang kuat terhadap peningkatan daya saing produk lokal di Desa Duren. Memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) memberi legitimasi formal kepada pelaku usaha sehingga memudahkan mereka memasuki saluran distribusi resmi, terdaftar di marketplace, dan memenuhi persyaratan pameran atau kerja sama dengan peritel. Legitimasi ini secara langsung meningkatkan kepercayaan konsumen dan pembeli grosir, karena produk yang didukung dokumen legal dipandang lebih aman dan profesional. Selain itu, proses pendampingan sering mendorong penerapan pembukuan sederhana dan pengelolaan yang lebih baik, sehingga pelaku UMKM mampu mengelola stok, menetapkan harga secara lebih rasional, dan menjaga konsistensi kualitas produksi (Nurhikmah dkk., 2026).

Dari sisi pemasaran dan akses modal, UMKM yang telah didampingi lebih mudah mengakses pembiayaan formal maupun program bantuan pemerintah. Kredit mikro atau fasilitas perbankan yang menuntut dokumentasi usaha cenderung menerima pengajuan dari pelaku usaha yang terdaftar, sehingga modal untuk memperbesar skala produksi atau memperbarui peralatan menjadi lebih tersedia. Ketersediaan modal dan akses pasar yang lebih luas mendorong UMKM untuk berinovasi mengembangkan varian produk baru, memperbaiki kemasan, dan menyesuaikan produk agar lebih menarik bagi segmen pasar yang lebih luas. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan volume penjualan, tetapi juga membuka peluang masuk ke pasar regional yang sebelumnya sulit dijangkau.

Dampak pendampingan juga terlihat pada dimensi sosial ekonomi dan penguatan ekosistem lokal. Tercatat peningkatan pendapatan rumah tangga pelaku UMKM yang berujung pada peningkatan kesejahteraan keluarga dan penciptaan lapangan kerja di tingkat desa. Selain itu, adanya Data UMKM yang terpusat memudahkan pemerintah desa dan dinas memberikan bantuan yang tepat, seperti pelatihan, sertifikasi pangan, atau fasilitas distribusi. Dengan dukungan yang konsisten, Desa Duren bisa membangun merek lokal yang kuat dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Untuk mengukur sejauh mana pendampingan berdampak, dapat dilihat dari perubahan persentase penjualan rata-rata sebelum dan sesudah pendampingan, jumlah saluran pemasaran baru yang dapat diakses UMKM. Realisasi pembiayaan atau investasi pasca-pendaftaran. Tingkat kepuasan pelanggan melalui survei sederhana. Kombinasi data kuantitatif ini dengan studi kasus kualitatif akan memberikan gambaran komprehensif tentang efektivitas program dan area yang perlu diperkuat. Secara keseluruhan, pendampingan izin usaha dan digitalisasi bisa membantu UMKM Desa Duren berkembang. Produk lokal tak hanya dijual di pasar tradisional tetapi juga pasar yang lebih luas, didukung oleh pengelolaan usaha yang lebih rapi dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Duren menunjukkan bahwa pendampingan terpadu dalam aspek digitalisasi dan legalitas dapat membantu meningkatkan kesiapan UMKM dalam mengembangkan usahanya. Pendampingan terhadap UMKM Kripik Alvin Jaya dan UMKM Krupuk Bu Sumiati menghasilkan tersedianya lokasi usaha pada Google Maps, pemanfaatan WhatsApp Business dengan profil usaha yang lebih lengkap, serta banner sebagai media promosi dan identitas usaha, sedangkan UMKM Krupuk Bu Sumiati berhasil memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS). Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital yang sederhana, ketika dipadukan dengan penguatan legalitas, dapat memperkuat visibilitas usaha, akses informasi bagi konsumen, dan kesiapan administratif UMKM. Namun, karena evaluasi kegiatan dilakukan secara deskriptif dan dalam waktu yang relatif singkat, dampak langsung terhadap peningkatan penjualan, pendapatan, dan perluasan pasar belum dapat diukur secara empiris. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan diperlukan untuk mengembangkan pemasaran melalui media sosial dan marketplace serta memperkuat pemenuhan legalitas dan sertifikasi usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A., Lestari, A., & Rahmat, M. B. (2026). Penguatan Literasi Digital Pelaku UMKM melalui Edukasi Pemanfaatan WhatsApp Business, Google Business Profile, dan QR Code untuk Mendukung Pemasaran Digital. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 6(4), 4169–4176. <https://doi.org/10.54082/jamsi.3148>
- Anisa Nur Aziizah, Budi Susanto, Salsabilla Ramadhani, Anisa Al-Mas, Akbar Hermansyah, & Nurhayati Suarga. (2025). Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital: Strategi Pemasaran, Penguatan Merek, dan Legalitas Usaha dan Pengembangan Kapasitas Digital. *ARDHI : Jurnal Pengabdian Dalam Negri*, 3(4), 58–67. <https://doi.org/10.61132/ardhi.v3i4.1408>

- Diantoro, K., Soderi, A., & Juwari, J. (2024). Pengembangan Strategi Digital Marketing UMKM di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nasional*, 4(2), 175. <https://doi.org/10.22441/pemanas.v4i2.31141>
- Firmansyah, E. A., Yusuf, U., Pratama, V. A. W., Fahmi, Z., & Hidayanti, A. N. (2025). Penguatan Kapasitas UMKM melalui Pendampingan Legalitas Usaha dan Digital Marketing. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat*, 7(2), 126–132. <https://doi.org/10.24176/mjlm.v7i2.15976>
- Ikerismawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Sebeni Kota Pasuruan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1294–1302. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.3139>
- Mardiana, N., & Latifah, N. (2025). Penguatan Branding dan Promosi Produk UMKM Blitar melalui Whatsapp Business. *Jurnal SOLMA*, 14(3), 3398–3405. <https://doi.org/10.22236/solma.v14i3.20638>
- Nurhikmah, A. R., Asmayanti, A., Hidayat, R., Ridwan, N. H., & Alrizqi, D. G. (2026). Pendampingan Izin Usaha untuk Daya Saing Produk UMKM Desa Bontolempangan Kabupaten Maros. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(3), 3885–3891. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i3.1112>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Ramida, Mustari, Dinar, M., Supatminingsih, T., & Nurdiana. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Study (JE3S)*.
- Safira, A. N. (2024). Pendampingan UMKM dalam Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) di Desa Kedungbendo Melalui OSS. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.47776/praxis.v3i1.1086>
- Safitri, S. N., & Nugroho, R. H. (2025). Strategi Digitalisasi UMKM melalui Google Maps dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis. *Jurnal Studi Administrasi Bisnis*, 1(4), 1106–1116.
- Sarjana, S., Susandini, A., Azmi, Z., Ratnasari, K., Luhglatno, L., Noviany, H., & Setyowati, L. (2022). *Manajemen UMKM (Konsep dan Strategi di Era Digital)*. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteurka.com/publications/558967/>
- Septiyah, A., Safira, A. N., Mardiansyah, N., & Qurratu'aini, N. I. (2024). Pendampingan UMKM Bakso Campur dalam Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) di Desa Kedungbendo Melalui OSS. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 1(2), 81–84. <https://doi.org/10.62759/jpim.v1i2.122>