

PENINGKATAN UMKM MELALUI PENGUATAN LEGALITAS, TATA KELOLA KEUANGAN DAN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL

Ramdani Alfalah^{1*}, Intan Purnamasari², Hapiz Ramdani³, Waki Adam Rahmat⁴, Dede Rismawati⁵, Ela Nurlela⁶, Azkiya Lailatul Hasanah⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Cipasung Tasikmalaya

ramdani@uncip.ac.id¹intanpurnamasari1409@gmail.com²hapizla18@gmail.com³wakiar09@gmail.com⁴derismahauraa@gmail.com⁵elanurlaila875@gmail.com⁶azkiyalailatulhasanah0@gmail.com⁷

Received: 25-08-2025

Revised: 19-09-2025

Approved: 26-09-2025

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Tanjungmekar melalui pendekatan terpadu yang mencakup penguatan legalitas usaha, perbaikan tata kelola keuangan, serta optimalisasi pemasaran berbasis digital. Program ini dilaksanakan melalui sosialisasi, workshop interaktif, dan pendampingan langsung yang dirancang untuk memberikan pengalaman praktis kepada para pelaku usaha. Aspek legalitas usaha difokuskan pada pemahaman pentingnya memiliki izin resmi seperti (NIB) dan sertifikasi halal untuk memperkuat keberlanjutan dan kredibilitas usaha. Pada sisi tata kelola keuangan, peserta (UMKM) diberikan keterampilan dalam pencatatan transaksi sederhana, penyusunan laporan keuangan, serta pemahaman mengenai pemisahan keuangan pribadi dan usaha sebagai dasar pengelolaan yang sehat. Sementara itu, dalam ranah pemasaran digital, (UMKM) dibekali pengetahuan serta praktik langsung mengenai pemanfaatan marketplace, media sosial, dan strategi branding untuk memperluas jangkauan pasar. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran akan pentingnya legalitas sebagai fondasi keberlangsungan usaha, keterampilan manajerial keuangan yang lebih baik, serta kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan konsumen. Dengan demikian, program ini tidak hanya memperkuat daya saing dan kemandirian (UMKM) di Desa Tanjungmekar, tetapi juga mendorong tumbuhnya ekosistem usaha yang lebih profesional, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Kata Kunci: *UMKM, Legalitas, Tata Kelola Keuangan, Pemasaran Digital, Desa Tanjungmekar*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Data 2024 menunjukkan sekitar 35 persen (UMKM) di Indonesia belum mengoptimalkan teknologi digital dalam operasional bisnis mereka (metrotvnews.com, 2025). Berdasarkan data lengkap (UMKM) di provinsi Jawa Barat Kabupaten Tasikmalaya memiliki 2,8 juta pelaku usaha (databoks.katadata.co.id, 2025), khususnya dalam hal legalitas usaha, tata kelola keuangan, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Hingga awal 2025, jumlah (UMKM) di Indonesia telah melampaui 64 juta unit usaha. Namun, sebagian besar masih menghadapi keterbatasan akses terhadap literasi dan keterampilan pemasaran digital yang memadai.

Aspek legalitas usaha menjadi salah satu tantangan utama. Banyak pelaku (UMKM) yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), izin usaha resmi, maupun sertifikasi halal. Padahal legalitas merupakan fondasi penting untuk memperluas akses pasar, meningkatkan kredibilitas, serta membuka peluang kerjasama dengan berbagai pihak (Ade Zaskia & Sari, n.d.)(Yusmaniarti et al., 2022);. Tanpa legalitas, (UMKM) akan sulit mengakses pembiayaan formal dan program pemerintah.

Selain legalitas, kelemahan lain (UMKM) terletak pada tata kelola keuangan. Sebagian besar pelaku usaha masih mencampurkan keuangan pribadi dan bisnis, serta tidak memiliki pencatatan keuangan yang sistematis. Hal ini membuat (UMKM) kesulitan mengukur kinerja usaha maupun mengakses pinjaman modal dari lembaga keuangan (Gandawijaya et al., 2025). Oleh karena itu, penguatan literasi dan praktik akuntansi sederhana menjadi sangat penting bagi keberlanjutan usaha.

Tata Kelola keuangan adalah sistem dan prosedur yang digunakan oleh pemerintah untuk mengelola kekayaan negara secara efektif, efisien, transparan, dan akuntabel disebut tata kelola keuangan publik. Tata kelola keuangan dalam pencatatan dan pelaporan aktivitas keuangan; Mitra masih belum menggunakan platform digital untuk mempermudah pencatatan dan pelaporan keuangan; dan mitra masih belum mengembangkan cara baru untuk pelaporan keuangan. (Dewi, 2023)

Media digital adalah salah satu cara terbaik untuk memasarkan barang bagi pelaku (UMKM). Ini mampu menarik pelanggan dan memudahkan pemasaran produk (UMKM) ke khalayak umum. (Thalib et al., 2023)

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan kerja sama, dengan penekanan pada pertukaran pengetahuan dan diskusi interaktif. Kegiatan dimulai dengan presentasi materi yang memberikan pemahaman tentang konsep dasar legalitas, tata kelola keuangan, dan pemasaran digital, manfaatnya untuk pengembangan (UMKM), dan langkah awal yang dapat ditempuh untuk memulai bisnis digital. Selanjutnya, peserta akan mengikuti seminar interaktif yang bertujuan untuk mendorong para pemangku kepentingan (UMKM) untuk berpartisipasi secara aktif melalui diskusi, studi kasus, dan simulasi praktik. Selain itu, sesi pendampingan intensif akan diberikan kepada peserta untuk membantu mereka menemukan kesulitan dan peluang dalam bisnis mereka masing-masing. Diharapkan dengan metode ini, peserta akan memperoleh tidak hanya pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang dapat diterapkan secara langsung dalam pengelolaan usaha digital dan berkelanjutan.



Gambar 1. Sekema Pelaksanaan

a) Persiapan Seminar

Agar seminar berjalan lancar, persiapan sangat penting. Pertama, tema dan tujuan kegiatan ditentukan, seperti membahas manfaat e-commerce bagi (UMKM). Kemudian, panitia menyusun jadwal acara dan memilih orang yang berpengalaman dalam e-commerce. Panitia juga menyiapkan ruangan yang nyaman, proyektor, *sound system*, dan perlengkapan lainnya dengan dukungan Kepala Desa Tanjungmekar.

b) Sosialisasi dan Publikasi

Panitia melakukan sosialisasi dan publikasi kegiatan setelah persiapan teknis selesai. Informasi seminar disebarakan melalui media sosial, kantor desa, dan langsung kepada pelaku (UMKM) di wilayah Desa Tanjungmekar. Tujuannya adalah untuk memberi tahu peserta yang menjadi sasaran utama tentang adanya kegiatan ini dan membuat mereka tertarik untuk berpartisipasi. Publikasi meningkatkan antusiasme masyarakat dan menjamin jumlah peserta mencapai target.

c) Pendaftaran Peserta

Untuk memastikan bahwa peserta yang hadir sesuai dengan tujuan, proses pendaftaran dilakukan. Metode ini dilaksanakan secara offline melalui kepala desa yang mengisi formulir pendaftaran manual. Data peserta kemudian diverifikasi dan keikutsertaannya dikonfirmasi. Proses ini membantu panitia menentukan jumlah kursi, konsumsi, dan kebutuhan teknis lainnya.

d) Penyelenggaraan Seminar

Moderator membuka seminar dengan memperkenalkan narasumber dan menjelaskan tujuan acara. Sesi pertama membahas peran dan keuntungan e-commerce bagi (UMKM). Sesi kedua lebih praktis, dengan latihan tentang membuat toko online, memilih platform, dan strategi pemasaran digital. Acara dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab untuk membantu peserta memahami dan berbagi pengalaman dan kesulitan dalam bisnis.

e) Penutupan

Pada tahap penutupan, peserta diberi kesempatan untuk menyampaikan kesan dan masukan mereka tentang bagaimana seminar berjalan. Ini penting untuk mengetahui sejauh mana kegiatan ini membantu usaha kecil dan menengah (UMKM).

f) Follow Up

Setelah seminar berakhir, panitia terus berkomunikasi dengan peserta. Agar dapat dipelajari kembali, materi presentasi narasumber dibagikan melalui platform seperti email. Laporan hasil seminar juga disusun oleh panitia untuk digunakan sebagai referensi untuk kegiatan berikutnya. Selain itu, peserta akan diinformasikan tentang pelatihan lanjutan atau program lain yang dapat membantu pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam bidang *e-commerce*.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Di GOR Desa Tanjungmekar pada Senin, 1 September 2025, seminar berjudul "Peningkatan (UMKM) melalui Penguatan Legalitas, Pemasaran Digital, dan Tata Kelola Keuangan" berlangsung dengan baik dan menarik banyak peserta. Diikuti oleh dua puluh pelaku UMKM berusia 20 hingga 50 tahun.



Gambar 2. Dokumentasi Seminar

Mayoritas peserta berasal dari (UMKM) yang memiliki berbagai jenis usaha seperti, budidaya buah melon, makaroni dan makanan ringan lainnya yang merupakan salah satu potensi unggulan desa. Ada kebutuhan besar dari pelaku usaha lokal untuk meningkatkan kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan bisnis di era digital, seperti yang ditunjukkan oleh jumlah peserta yang hadir di seminar ini.

Sesi utama seminar bertujuan untuk memberikan pemahaman teoritis dan keterampilan praktis. Tiga narasumber berpengalaman menyampaikan materi selama sesi pertama. Ramdani Alfalah, SM, dan MM mengatakan bahwa legalitas usaha sangat penting untuk mengembangkan bisnis agar konsumen dan mitra kerja lebih percaya. Aldy Agustian, S.M., M.M. memberikan materi tentang strategi pemasaran digital, dengan penekanan pada cara UMKM dapat memperluas pasar dengan menggunakan media sosial dan platform e-commerce. Sementara itu, Dede Riswandi, S.E., M.Ak. memberikan penjelasan tentang tata kelola keuangan berbasis digital. Dia juga menjelaskan betapa pentingnya untuk mencatat semua transaksi dengan cermat agar bisnis dapat berjalan terus menerus.

Seminar terdiri dari pemaparan teori dan sesi praktik langsung yang didampingi oleh 20 mahasiswa KKN. Kehadiran mahasiswa sebagai tim pelaksana sangat membantu proses kegiatan, terutama dalam hal memberikan dukungan teknis kepada peserta. Peserta dikenalkan dengan *platform e-commerce* Shopee dan TikTok sebagai media pemasaran produk selama sesi ini. Para peserta memperoleh pengetahuan tentang cara membuat akun, mengunggah produk, dan fitur dasar yang dapat membantu meningkatkan visibilitas bisnis mereka di pasar digital. Peserta juga dikenalkan dengan aplikasi sederhana yang disebut Buku Warung, yang dapat digunakan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran bisnis secara lebih teratur dan efektif.



Gambar 3. Pelatihan Aplikasi Buku Warung

Kegiatan ini memiliki hasil yang cukup signifikan. Sebagian besar peserta berhasil membuat akun dan mencoba menggunakan aplikasi Buku Warung untuk menyimpan catatan tentang transaksi yang mereka lakukan di toko mereka. Hasil evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan bahwa peserta lebih memahami strategi pemasaran digital dan legalitas bisnis. Mereka yang sebelumnya tidak menyadari pentingnya teknologi dalam bisnis sekarang mulai menyadari pentingnya digitalisasi sebagai cara untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Mereka juga belajar tentang bagaimana e-commerce dan media sosial dapat menjadi alat pemasaran yang bagus jika digunakan dengan benar.

Secara keseluruhan, acara ini tidak hanya memberikan pengetahuan kepada pelaku (UMKM) tetapi juga memberikan mereka keterampilan praktis yang dapat mereka gunakan dalam bisnis mereka. Ada dorongan kuat untuk berubah dan beradaptasi dengan perkembangan

zaman, yang ditunjukkan oleh antusiasme peserta selama diskusi dan praktik. Dengan kegiatan seperti ini, (UMKM) Desa Tanjungmekar diharapkan dapat meningkatkan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan mempersiapkan diri untuk menghadapi pasar yang semakin kompetitif.

PEMBAHASAN

Pelaku (UMKM) di Desa Tanjungmekar mendapat manfaat besar dari seminar ini. Banyak peserta masih menjalankan bisnis secara konvensional, baik dalam hal pencatatan keuangan maupun pemasaran produk, dan mereka tidak memahami secara menyeluruh tentang pentingnya legalitas bisnis sebelum kegiatan. Peserta mendapatkan pengetahuan baru dan keterampilan dasar yang dapat diterapkan segera melalui praktik dan materi yang diberikan secara langsung. Ini membuat (UMKM) lebih siap menghadapi tantangan era digital, terutama dalam tiga hal utama: legalitas bisnis, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan berbasis aplikasi.



Gambar 3. Pemateri Seminar

Dari perspektif legalitas, peserta menyadari pentingnya izin usaha, merek dagang, dan dokumen legal lainnya untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperluas jaringan

kerja sama, dan mempermudah mendapatkan dana dan bantuan dari pemerintah dan swasta. Dalam hal pemasaran digital, peserta dikenalkan dengan penggunaan Shopee dan TikTok sebagai platform yang dapat membantu mereka memperluas pasar. Mereka belajar melalui praktik langsung bagaimana membuat akun, mengunggah foto yang menarik, menulis deskripsi yang jelas, dan membuat cara mudah untuk menarik pelanggan. Pada bagian pengelolaan keuangan, peserta dikenalkan dengan aplikasi Buku Warung. Ini adalah aplikasi yang dapat digunakan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran secara sistematis. Ini juga membantu pelaku (UMKM) mengevaluasi perkembangan bisnis mereka.

Meskipun kegiatan ini memiliki hasil yang luar biasa, ada beberapa masalah saat melakukannya. Keterbatasan peserta yang sudah berusia lanjut dalam memahami materi digitalisasi merupakan salah satu masalah terbesar. Mereka memerlukan lebih banyak waktu untuk mempelajari penggunaan aplikasi dan *platform e-commerce*, jadi pendampingan teknis sangat penting. Kondisi ini menunjukkan bahwa program serupa di masa mendatang perlu memasukkan lebih banyak praktik langsung bersama dengan pendekatan pembelajaran yang lebih mudah dan mudah diikuti oleh berbagai kalangan usia.

Berdasarkan komentar peserta, diharapkan seminar yang akan datang lebih berfokus pada latihan teknis daripada presentasi teori. Peserta mengatakan bahwa dengan praktik yang lebih intensif, mereka akan lebih cepat menguasai keterampilan yang relevan untuk digunakan dalam usaha sehari-hari. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan harus disertai dengan program pendampingan yang berkelanjutan, bukan hanya seminar. Berbagai bentuk pendampingan yang diperlukan termasuk membantu dalam promosi digital dan pembuatan konten produk, membantu dalam desain konten pemasaran yang menarik, membantu dalam manajemen pesanan online, dan meningkatkan tata kelola keuangan berbasis aplikasi untuk meningkatkan profesionalisme bisnis.

Dengan pendampingan yang berkelanjutan, (UMKM) Desa Tanjungmekar diharapkan mampu mengadopsi teknologi dan meningkatkan daya saing mereka di pasar digital dan lokal. Mengembangkan jaringan pelanggan, mengoptimalkan pemasaran, dan mengelola bisnis secara lebih terstruktur akan sangat penting untuk keberlanjutan perusahaan mereka. Pada akhirnya, tindakan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas pelaku (UMKM) secara individual, tetapi juga menghasilkan pertumbuhan ekonomi desa dan pemberdayaan masyarakat secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Di Desa Tanjungmekar, program pengabdian masyarakat berhasil meningkatkan kemampuan (UMKM) melalui tiga elemen utama: legalitas bisnis, tata kelola keuangan, dan pemasaran digital. Peserta dari segi legalitas mulai menyadari pentingnya izin usaha; beberapa telah mengajukan (NIB) dan memperoleh sertifikasi (HKI) untuk melindungi produk mereka secara hukum. Dalam hal tata kelola keuangan, (UMKM) mulai terbiasa mencatat transaksi harian mereka dengan aplikasi sederhana seperti BukuWarung. Ini memungkinkan mereka untuk membuat laporan keuangan yang lebih rapi dan membantu dalam perencanaan bisnis mereka. Dalam bidang pemasaran digital, (UMKM) telah memanfaatkan pasar dan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pasar, yang menghasilkan peningkatan volume penjualan di luar daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Zaskia, P., & Sari, A. I. (n.d.). *STUDI KELAYAKAN BISNIS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PELUANG USAHA DIGITAL STUDY OF BUSINESS FEASIBILITY OF SOCIAL MEDIA MANAGEMENT AS A DIGITAL BUSINESS OPPORTUNITY*.
databoks.katadata.co.id. (2025). *Daftar Lengkap UMKM 2025 Jawa Barat*.
Dewi, S. R. (2023). *Upgrading Tata Kelola Keuangan Bagi UMKM Terintegrasi Dengan*

- Financial Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 135–147. <https://doi.org/10.32815/jpm.v4i1.1144>
- Gandawijaya, C., Leffiana, R. V., Pandita, D. H., Arleta, C., Dior, D. Van, Keane, R., Deven, D., & Tauryawati, M. L. (2025). Optimalisasi Pengelolaan Keuangan dan Strategi Pemasaran UMKM Jahe Binangkit di Desa Sangkanerang, Kuningan, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(1), 259–268. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1485>
- metrotvnews.com. (2025). *Kemenko PM Jangkau 35% UMKM yang Belum Optimal Gunakan Teknologi*.
- Thalib, T. T., Trianita, E., Nafis, M. J., Alfaiq, M. N. S., & Fawa'id, M. W. (2023). Pelatihan Pemasaran dan Pendampingan Legalitas Produk UMKM. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 540–545. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.678>
- Yusmaniarti, Zufiyardi, Ekowati, S., & Sepika, S. (2022). PKM PENDAMPINGAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN BERBASIS EXCELL FOR ACCOUNTING (EFA) BAGI KOPERASI SE. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 6(1), 141–151.