

Pengembangan UMKM melalui Pemasaran Digital, Pendampingan Legalitas Usaha, dan Penyusunan Laporan Keuangan di Kecamatan Cigombong Kabupaten Bogor

Delta Hadi Purnama*, Nancy Yusnita, Retno Martanti Endah Lestari,

Rino Indira Gusniawan, Yossie Yuliasanti

Universitas Pakuan

*Penulis korespondensi: delta.hadi@unpak.ac.id

Dikirim : 29 Juni 2026

Direvisi : 5 Agustus 2026

Diterima : 6 Agustus 2026

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian daerah, namun masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam pemasaran digital, legalitas usaha, dan penyusunan laporan keuangan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor, melalui pelatihan pemasaran digital, pendampingan legalitas usaha, dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) dengan tahapan observasi dan identifikasi permasalahan, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi. Materi yang diberikan meliputi pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce sebagai sarana pemasaran, sosialisasi Nomor Induk Berusaha (NIB) dan dokumen legalitas usaha lainnya, serta pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran, memahami pentingnya legalitas usaha, serta menyusun laporan keuangan secara lebih sistematis. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM sehingga mampu mendukung pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Kata kunci: digital marketing, laporan keuangan, legalitas usaha, pemberdayaan masyarakat, UMKM

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a significant role in supporting regional economic development; however, they continue to face various challenges, particularly in digital marketing, business legality, and financial reporting. This Community Service Program aimed to improve the knowledge and skills of MSME owners in Cigombong District, Bogor Regency, through digital marketing training, business legality assistance, and simple financial reporting training. The program employed the Participatory Action Research (PAR) approach, which consisted of observation and problem identification, training and mentoring, and evaluation stages. The training materials included the utilization of social media and e-commerce platforms for product marketing, socialization of the Business Identification Number (NIB) and other business legal documents, as well as transaction recording and the preparation of simple financial statements. The results showed an improvement in participants' understanding of digital marketing, the importance of business

legality, and the preparation of financial statements in a more systematic manner. This program is expected to enhance the capacity and competitiveness of MSMEs, thereby supporting sustainable business development.

Keywords: *business legality, community empowerment, digital marketing, financial reporting, MSMEs*

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki nilai tambah dan tidak terafiliasi, dilaksanakan oleh badan usaha atau individu di seluruh lini ekonomi (Perdata, 2023). Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki peran penting pada kesejahteraan ekonomi nasional, khususnya untuk menciptakan lapangan pekerjaan, mengoptimalkan perkembangan ekonomi, mendorong pengembangan ide yang kreatif (Sirait dkk., 2024). Saat krisis ekonomi tahun 1997-1998 di Indonesia menjadi bukti dari peran penting UMKM, terdapat berbagai perusahaan ternama yang gagal beroperasi, sementara UMKM tetap mampu bertahan dan bahkan berkembang (Aprieni dkk., 2024). Pemerintah pusat maupun daerah terus mendorong pengembangan UMKM agar mampu berkembang dan mempunyai kapasitas bersaing, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah melalui penerapan pemasaran digital. Pemasaran digital adalah proses menawarkan barang atau jasa yang diterapkan melalui pemanfaatan akses internet, mengoptimalkan sosial media dan platform digital yang lain (Hermita dkk., 2021). Pemasaran digital mampu menunjang dalam peningkatan hasil jual melalui teknik-teknik dan alat yang ada di platform digital marketing (Khairunnisa, 2022). Namun, masih banyak Usaha Mikro Kecil Menengah yang terkendala pada proses pemasaran digital khususnya mengenai literasi teknologi (Sharabati *et al.*, 2024).

Aspek legalitas usaha adalah salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam unit bisnis sebagai wujud pengesahan resmi dari pemerintah untuk sebuah bisnis yang mampu dijalankan untuk kepentingan bersama dengan pihak lainnya (Imelia dkk., 2025). Legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), membekali jaminan hukum untuk wirausahawan serta mempermudah jangkauan dengan program pemerintahan, pembiayaan perbankan, sertifikasi produk, serta kerja sama dengan berbagai pihak. Meskipun proses pengurusan legalitas usaha sudah difasilitasi lewat sistem *Online Single Submission* (OSS), terdapat banyak pelaku Usaha

Mikro Kecil Menengah (UMKM) di pedesaan yang tidak paham kegunaan legalitas usaha serta tidak mempunyai Nomor Induk Berusaha (NIB). Kurangnya pemahaman untuk tata cara pembuatan NIB, minimnya jangkauan teknologi, serta kurang literasi terkait dokumen-dokumen yang diperlukan hal tersebut menjadi alasan terjadinya kendala dalam pembuatan legalitas usaha (Sarawati & Kamal, 2025). Diperlukan edukasi dan pendampingan agar pelaku UMKM mampu mengurus legalitas usahanya secara mandiri sehingga usahanya memiliki perlindungan hukum dan daya saing yang lebih baik.

Hal penting lainnya dalam meningkatkan daya saing UMKM yaitu dengan pembukuan atau pencatatan keuangan yang sederhana. Laporan keuangan sederhana merupakan sebuah informasi mengenai finansial dalam suatu usaha yang mampu diterapkan dalam proses menilai kondisi perusahaan dan dalam mengukur kinerja suatu usaha pada periode tertentu (Pranowo dkk., 2024). Pelaku usaha mampu melihat pertumbuhan bisnisnya, mengukur profit atau defisit, dan mengendalikan hutang piutang dengan lebih bijaksana (Indriyani & Astuti, 2024). Masalah yang sering terjadi pada pelaku usaha adalah pengelolaan keuangan yang belum maksimal (Yusuf dkk., 2021).

Salah satu kecamatan di wilayah Kabupaten Bogor adalah Kecamatan Cigombong. yang memiliki cukup banyak pelaku UMKM. Kecamatan Cigombong memiliki salah satunya yaitu Desa Ciburayut yang mempunyai banyak pelaku UMKM untuk dikembangkan antara lain kue-kue kering, kue basah, kerajinan tangan, dan lain lain. Produk UMKM yang ada di Desa Ciburayut diperlihatkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk UMKM

Berdasarkan keterangan Ibu Asfiyani, selaku Ketua UMKM IKM Kecamatan Cigombong, pada saat wawancara menyatakan bahwa banyak produk unggulan di wilayah Kecamatan Cigombong salah satunya dari desa Ciburayut. Penjelasan diatas dapat diketahui bahwa banyak produk yang telah dihasilkan oleh UMKM wilayah Kecamatan Cigombong, sehingga wilayah

ini memiliki potensi yang besar pada UMKMNya. Hasil observasi lapangan dan wawancara bersama aparat desa dan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Cigombong, diperoleh sejumlah permasalahan yang dihadapi. Permasalahan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM masih mempunyai kekurangan dalam pemahaman dan keterampilan mengenai cara pemasaran serta penggunaan teknologi digital, sehingga belum optimal dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang, baik pada lingkup regional ataupun nasional.
2. Pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan pemahaman terkait manfaat legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), serta belum mengetahui prosedur pengurusannya sehingga sebagian usaha belum memiliki legalitas yang memadai.
3. Pelaku UMKM tidak mempunyai pemahaman dalam mengelola pencatatan keuangan usaha secara sistematis, sehingga tidak mampu membuat laporan keuangan yang dapat memberikan informasi terkait kondisi dan kinerja keuangan usaha. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam melakukan evaluasi terhadap perkembangan usaha.

Dengan permasalahan tersebut kelompok UMKM di Kecamatan Cigombong memerlukan dukungan yang komprehensif dari berbagai pihak untuk meningkatkan kapasitas usahanya. Dengan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini, tim berusaha menyampaikan solusi dalam bentuk pengembangan pemasaran berbasis teknologi digital, pendampingan dalam pembuatan legalitas usaha serta pendampingan untuk menyusun laporan keuangan. Pelatihan dan pendampingan aspek pemasaran difokuskan pada pemanfaatan sosial media serta *e-commerce* sebagai tempat penjualan, promosi serta penyaluran produk. Edukasi diberikan untuk menghadirkan pengetahuan serta pemahaman pelaku usaha untuk menjalankan pemasaran secara efektif. Pada aspek legalitas usaha kegiatan difokuskan pada sosialisasi serta melakukan pendampingan untuk pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem *Online Single Submission* (OSS), serta pemberian penjelasan terkait kegunaan dokumen legalitas usaha lainnya, seperti sertifikat halal, PIRT, dan pendaftaran merek, guna mendukung kelancaran operasional, meningkatkan profesionalisme usaha, dan memperluas jangkauan terhadap program-program pemerintah dan pembiayaan. Aspek keuangan, dilakukan pendampingan dalam Dasar-Dasar Akuntansi yaitu mengenai Siklus Akuntansi, posisi debit dan kredit, pencatatan transaksi harian, neraca saldo, jurnal penyesuaian dan buku besar, serta praktik penyusunan dan pembuatan laporan keuangan seperti, laporan posisi keuangan, laporan arus

kas, serta laporan laba rugi. Sehingga, pelaku UMKM mampu memahami kondisi keuangan usahanya dengan lebih baik. Berdasarkan permasalahan tersebut, fokus kegiatan pengabdian ini adalah penguatan kompetensi atas pelaku usaha dalam aspek pemasaran digital, legalitas usaha dan penyusunan laporan keuangan. Metode sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan dipilih karena mampu memberikan pemahaman secara bertahap, mulai dari pengenalan konsep hingga praktik langsung, sehingga lebih optimal untuk mengembangkan pengetahuan pelaku usaha (Subekti dkk., 2025).

Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini, diproyeksikan pelaku UMKM di Kecamatan Cigombong mampu meningkatkan kapasitas usahanya, khususnya dalam aspek pemasaran digital, legalitas usaha dan pengelolaan keuangan. Tujuan dari kegiatan ini untuk mengembangkan keterampilan serta pengetahuan pelaku usaha dalam penggunaan sosial media dan *e-commerce* sebagai sarana pemasaran yang efektif, meningkatkan pemahaman terkait legalitas usaha serta prosedur pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan dokumen legalitas usaha lainnya, serta membekali kemampuan untuk menerapkan pencatatan serta pembuatan laporan keuangan secara sistematis. Para pelaku usaha diharapkan mampu memperlebar lingkup pasar, mengoptimalkan penjualan, memiliki legalitas usaha yang mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha, serta memiliki laporan keuangan yang tepat sebagai dasar untuk mengevaluasi hasil kerja usaha serta pengambilan keputusan bisnis yang berkelanjutan.

2. Metode

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengadopsi pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), yaitu pelaksanaan melalui keterlibatan aktif masyarakat dalam suatu organisasi untuk perubahan kondisi hidup yang lebih baik (Ahmad & Sulistyowati, 2021). Pendekatan ini dipilih karena mampu mendorong keterlibatan langsung pelaku UMKM sehingga solusi yang diberikan lebih tepat dengan kondisi dan kebutuhan di lapangan. Kegiatan ini dilakukan di Desa Ciburayut, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor, dengan mengikutsertakan pelaku UMKM, aparat desa, serta tim pelaksana PKM sebagai pihak yang berperan dalam proses pendampingan. Bentuk keterlibatan (*partnership*) dilakukan melalui kolaborasi antara tim PKM dengan pelaku UMKM sebagai mitra utama, dimana pelaku UMKM berperan aktif dalam mengikuti kegiatan sosialisasi, pelatihan, serta praktik langsung dalam pemasaran digital, legalitas usaha, dan penyusunan laporan keuangan. Kegiatan ini

pelaksanaannya dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu:

1. Tahap Persiapan: Observasi dan wawancara untuk identifikasi permasalahan UMKM.
2. Tahap Pelatihan dan Pendampingan: Pelatihan pemasaran digital, pemahaman legalitas usaha dan penyusunan laporan keuangan, serta dilakukan bimbingan langsung dalam implementasi materi pelatihan.
3. Tahap Evaluasi: Penilaian tingkat pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM.

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dalam kurun waktu 20 Oktober 2025 sampai 9 Februari 2026, dengan harapan mampu mengoptimalkan pengetahuan pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi digital untuk pemasaran serta menyusun laporan keuangan secara sistematis dan berkelanjutan.

3. Hasil dan Diskusi

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilakukan di Desa Ciburayut, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor, sasarannya yaitu pelaku UMKM setempat. Pelaksanaan kegiatan berlangsung mulai tanggal 20 Oktober 2025 sampai 9 Februari 2026 melalui tiga tahapan, yaitu persiapan, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi.

3.1 Tahap Persiapan

Observasi lapangan dan wawancara bersama aparat desa, Ketua UMKM IKM Kecamatan Cigombong, serta beberapa pelaku UMKM menjadi tahap persiapan pelaksanaan PKM. Melalui hasil observasi dan wawancara dapat diketahui bahwa banyak pelaku usaha setempat hanya menggunakan metode pemasaran lama melalui penjualan secara langsung dan promosi berbasis komunikasi interpersonal. Sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pemahaman mengenai kegunaan sebuah legalitas usaha serta prosedur pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan dokumen legalitas usaha lainnya. Pencatatan transaksi usaha juga belum dilakukan secara sistematis sehingga pelaku UMKM mengalami keterbatasan untuk mengidentifikasi kondisi finansial usahanya. Hasil observasi tersebut menjadi dasar perancangan materi pelatihan dilakukan berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan pelaku usaha setempat, yaitu mengenai pemasaran digital, legalitas usaha, dan penyusunan laporan keuangan sederhana.

3.2 Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran Digital

Kegiatan pelatihan pemasaran digital dilakukan melalui metode sosialisasi dan praktik

langsung. Materi disampaikan oleh Bapak H. Rino Indra Gusniawan, S.H., M.Kn. dan Bapak Bayu Bernedictus, S.Bns selaku pemateri, dengan pembahasan meliputi pemanfaatan media sosial, yaitu TikTok dan Instagram, serta *e-commerce* seperti Shopee sebagai media dalam memasarkan dan mendistribusikan produk. Selain itu, peserta diberikan materi mengenai teknik pembuatan konten yang menarik, penggunaan fitur *marketplace*, serta strategi meningkatkan jangkauan konsumen melalui media sosial. Peserta juga didampingi dalam membuat akun media sosial usaha, memperbaiki profil bisnis, mengunggah foto produk yang lebih menarik, serta menyusun *caption* promosi yang informatif. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya konsistensi dalam mengunggah konten sebagai upaya membangun kepercayaan konsumen.

Antusiasme yang tinggi terlihat selama kegiatan berlangsung dengan aktif berdiskusi mengenai kendala pemasaran yang selama ini dihadapi. Kondisi yang terjadi setelah mengikuti pelatihan adalah sebagian besar peserta telah mampu memahami konsep digital marketing dan mulai menggunakan sosial media sebagai media promosi produknya. Pelatihan pemasaran digital dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran Digital

Peningkatan pemahaman peserta menunjukkan bahwa pemanfaatan *marketplace* dan sosial media dapat berperan sebagai cara yang tepat untuk memperlebar jangkauan pasar usaha kecil mikro dan menengah. Hal ini didukung oleh penelitian (Suyanto dkk., 2025), yang menjelaskan bahwa *marketplace* ataupun media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pertumbuhan penjualan UMKM dan pemahaman dari peserta.

3.3 Pelatihan dan Pendampingan Legalitas Usaha

Kegiatan ini disampaikan oleh Ibu Yossie Yuliasanti, S.H., M.Kn selaku dosen Fakultas

Hukum Universitas Pakuan bersama Saudari Othsme selaku mahasiswa Program Studi Hukum. Materi yang diberikan meliputi pentingnya Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai identitas pelaku bisnis, manfaat legalitas usaha untuk memperoleh akses pendanaan, mengikuti program pemerintahan, serta menumbuhkan kepercayaan konsumen. Peserta diberikan pemahaman mengenai penggunaan sistem *Online Single Submission* (OSS) sebagai sarana pendaftaran NIB dan dikenalkan berbagai dokumen legalitas lain yang mendukung pengembangan usaha, seperti Sertifikat Halal, Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), dan pendaftaran merek sesuai dengan jenis usaha masing-masing.

Pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan menjelaskan mengenai persyaratan administrasi, alur pengajuan NIB melalui sistem OSS, serta konsultasi terkait dokumen legalitas yang sesuai dengan jenis usahanya. Hasil kegiatan menjelaskan bahwa peserta memiliki pemahaman yang lebih baik terkait kegunaan legalitas usaha sebagai dasar pengembangan usaha yang berkelanjutan. Sebagian peserta juga mulai mempersiapkan dokumen yang diperlukan untuk pengurusan NIB dan legalitas usaha lainnya. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan legalitas usaha dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Pelaksanaan Pendampingan Legalitas Usaha

Peningkatan pemahaman peserta mengenai legalitas usaha menunjukkan bahwa sosialisasi dan pendampingan mampu kesadaran UMKM akan manfaat mengurus legalitas usaha (Sidabalok dkk., 2025). Legalitas usaha memberikan kepastian hukum, memperluas akses pelaku UMKM dalam memperoleh akses pembiayaan, memperluas pasar, serta menghadapi daya saing usaha.

3.4 Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan

Kegiatan PKM juga memberikan pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan sederhana. Materi yang diberikan yaitu dasar-dasar akuntansi mengenai Siklus Akuntansi, posisi debit dan kredit, pencatatan transaksi harian, neraca saldo, jurnal penyesuaian dan buku besar, serta praktik penyusunan dan pembuatan laporan keuangan seperti, laporan posisi

keuangan, laporan arus kas, serta laporan laba rugi. Kegiatan ini disampaikan oleh Ibu Nancy Yusnita, S.E., M.M bersama Bapak Delta Hadi Purnama, S.E., M.E.Sy. selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. Pendampingan dilakukan secara langsung menggunakan contoh transaksi usaha yang dimiliki masing-masing peserta. Tim PKM membimbing peserta dalam pencatatan penjualan harian hingga penyusunan laporan keuangan sederhana menggunakan format yang mudah dipahami.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa peserta mulai memiliki pemahaman kegunaan pencatatan keuangan yang mendasari dalam mengetahui keuntungan bisnis, mengendalikan biaya operasional, serta sebagai bahan evaluasi dalam pengambilan keputusan bisnis. Sebagian peserta juga telah mampu membuat laporan keuangan sederhana secara mandiri sesuai dengan kondisi usahanya. Pelatihan dan pendampingan penyusunan laporan keuangan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pelaksanaan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan

Peningkatan pemahaman peserta untuk menyusun laporan keuangan sederhana menunjukkan bahwa pendampingan secara langsung mempermudah pelaku usaha mendapatkan pemahaman pentingnya pencatatan transaksi sebagai dasar penentuan ketetapan usaha. Hasil ini selaras penelitian yang dilakukan oleh (Pratama & Utomo, 2023), yang menjelaskan bahwa setelah dilakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan pelaku usaha mendapatkan pemahaman mengenai manfaat penyusunan laporan keuangan, dan kemampuan dalam membuat laporan keuangan

3.5 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi selama proses pelatihan dan pendampingan, diskusi bersama peserta, serta pemberian pertanyaan pada akhir kegiatan untuk mengetahui tingkat pengetahuan terhadap materi yang sudah diberikan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik pada tiga aspek utama, yaitu pemasaran digital, legalitas usaha, dan penyusunan laporan keuangan. Peserta memahami pemanfaatan sosial media dan *marketplace* sebagai bentuk promosi yang dapat memperluas

jangkauan pasar serta menumbuhkan potensi penjualan produk. Dalam legalitas usaha peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB), prosedur pengurusannya melalui sistem *Online Single Submission* (OSS), serta dokumen legalitas lainnya yang mampu mendukung pengembangan usaha. Aspek penyusunan laporan keuangan, peserta telah memahami pentingnya pencatatan transaksi secara teratur dan mampu menyusun laporan keuangan sederhana yang mendasari dalam pemantauan kondisi finansial dan mengevaluasi perkembangan usaha.

Meskipun pelaksanaan kegiatan berjalan dengan baik, masih dijumpai beberapa kendala, antara lain keterbatasan kemampuan sebagian peserta dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya pada proses penggunaan media sosial dan sistem OSS, serta belum terbentuknya kebiasaan melakukan pencatatan transaksi secara konsisten. Diperlukan pendampingan lanjutan dan monitoring secara berkala agar materi yang telah diberikan dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam pengelolaan usaha sehingga mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM.

4. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Ciburayut, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor, berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam pemasaran digital, legalitas usaha, dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, peserta memperoleh pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial dan *marketplace*, pentingnya kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) beserta dokumen legalitas usaha lainnya, serta pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan secara sistematis. Untuk mendukung keberlanjutan hasil kegiatan, diperlukan pendampingan dan monitoring secara berkala agar penerapan materi dapat dilakukan secara konsisten sehingga mampu meningkatkan daya saing UMKM.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pakuan, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis, atas dukungan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh dosen yang terlibat terutama Bayu Bernedictus, S.Bns. dan Saudari Othsme Cloudia Martahan Silaban

selaku pematari, serta mahasiswa yang tergabung dalam tim PKM atas kontribusi dan kerja samanya. Apresiasi turut diberikan kepada Pemerintah Desa Ciburayut, perangkat desa, Karang Taruna Kecamatan Cigombong, serta seluruh pelaku UMKM di Kecamatan Cigombong yang telah berpartisipasi dan mendukung terlaksananya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

Daftar Referensi

- Ahmad, S.M. & Sulistyowati (2021). Pemberdayaan Masyarakat Budidaya Maggot Bsf Dalam Mengatasi Kenaikan Harga Pakan Ternak. *Journal of Empowerment*, 2(2), 243-260. <https://doi.org/10.35194/je.v2i2.1763>.
- Aprieni, A., Meilantika, F.R., Sihotang, L. & Rachma S, F.V. (2024). UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 188–193. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.976>.
- Hermita, N., Riyantama, M.Y., Putra, Z.H., Alpusari, M., Alim, J.A., Dahnilsyah., Joleha., Assyafi'I, P.A., Islami, H.M., Rivaldo, N., Anita, N.Y., Suriyani, N., Rulya, G.A., Anggini, M. S., Latifa, T., & Sulistyaningsih, A. (2022). Strategi pemasaran digital sebagai pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Air Dingin Kota Pekanbaru. *Prosiding Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat* (Unri Conference Series: Community Engagement), 4, 1-7. <https://doi.org/10.31258/unricsce.4.1-7>
- Imelia, R.R.D., Muchtarisa, T., Pamungkas, D.P., Bevinda, S.A., Erlangga, R.A.V., & Andari, N. (2025). Pentingnya Legalitas Usaha Untuk Mendorong Dan Meningkatkan Usaha Mikro dan Kecil (UMK). *ABDI MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional*, 5(5), 67–77. <https://doi.org/10.69957/abdimass.v5i05.2340>
- Indriyani, V.I. & Astuti, T.D. (2024). Optimalisasi Pencatatan Keuangan Sederhana dan Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Rumah Laundry. *ABDI UNISAP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 243–250. <https://doi.org/10.59632/abdiunisap.v2i2.309>
- Khairunnisa, C.M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98–102. <http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>.
- Perdata, R.Y. (2023). Pelaksanaan Unit Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Hukum Islam di Indonesia. *UNES LAW REVIEW*, 6(2), 6218–6225. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i2>.
- Pranowo, A.S., Zuniarti, I., Mazia, L., Windi, W., Rachman, N.A., Isbat, I., Yusuf, N.Q., Lasut, H. & Sienifa, Y. (2024). Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Bagi Pelaku UMKM Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Kabar Masyarakat*, 2(1), 19–26.

<https://doi.org/10.54066/jkb.v2i1.1465>

- Pratama, S.V. & Utomo, R.B. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Menggunakan Aplikasi Microsoft Excel Pada UMKM di Wilayah Kelurahan Pendowoharjo. *Umat: Jurnal Pengabdian Al-Shobar Untuk Masyarakat*, 1(1), 1–8. <https://journal.alshobar.or.id/index.php/umat>.
- Sarawati, R. & Kamal, R.Z. (2025). Sosialisasi dan Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk Legalitas UMKM di Desa Krebet. *Basmat Al Ikhsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 33–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.35888/basmat.v1i1>.
- Sharabati, A.-A.A., Ali, A.A.A., Allahham, M. I., Hussein, A.A., Alheet, A.F., & Mohammad, A.S. (2024). The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations. *Sustainability*, 16(19), 8667. <https://doi.org/10.3390/su16198667>
- Sidabalok, S., Misdawita & Tarigan, M.A. (2025). Pendampingan Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Bukit Raya Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 4(3), 124–131. <https://doi.org/https://doi.org/10.54099/jpma.v4i3.1348>.
- Sirait, E., Sugiharto, B.H., Abidin, J., Padang, N.S. & Putra, J.E. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3816–3829. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.4160>
- Subekti, F.A., Widyastuti, A., Lastino, A.F., Leonarddin, H.W. & Atasa, D. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing Di Wilayah Kelurahan Jagir, Surabaya. *JOMPA ABDI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 59–67. <https://doi.org/10.57218/jompaabdi.v4i3.1814>.
- Suyanto, A., Susilowati, S., Riyanto, S. & Purnawan, L. (2025). Pengaruh Marketplace dan Sosial Media terhadap Penjualan Produk UMKM di Kota Cimahi. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 6218–6224. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2920>.
- Yusuf, R., Hermawati, E. & Hadiaty, F. (2021). Pencatatan Sederhana dan Penyusunan Laporan Keuangan Manual Untuk Konveksi Rumah Rajut Dusun Babakan Cianjur Kabupaten Bandung. *Jurnal Kuat: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 3(2), 116–120. <https://doi.org/10.31092/kuat.v3i2.1429>.