

Peningkatan strategi pemasaran dan legalitas usaha UMKM Amelia Catering di Kecamatan Rembang

Novia Ainur Romandona^{1,*}, Siti Alliyah², Siti Nugrahani³
^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas YPPI Rembang, Jawa Tengah, Indonesia

Article Info

Article history:

Received March 2, 2024
Accepted March 27, 2024
Published August 1, 2024

Kata Kunci:

UMKM
Strategi Pemasaran
Legalitas

ABSTRAK

UMKM Amelia Catering merupakan usaha yang bergerak dalam produksi catering makanan. UMKM Amelia Catering berada di Desa Leteh Kabupaten Rembang. Dalam melaksanakan usahanya, UMKM Amelia Catering memiliki permasalahan seperti belum memiliki legalitas dan pemasaran masih tradisional belum beralih ke digital. Berdasarkan beberapa permasalahan tersebut maka program dalam pengabdian masyarakat adalah membuat banner penunjuk arah, membuat google maps, membuat akun media sosial instagram, membuat NIB atau Nomor Induk Berusaha. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan pendampingan. Hasil dari pengabdian yang telah disusun dilaksanakan adalah memiliki banner petunjuk arah UMKM sehingga memudahkan pelanggan menemukan alamat usaha, memiliki akun google maps, membuat akun instagram, memiliki legalitas usaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengenalkan UMKM kepada masyarakat supaya masyarakat bisa mengetahui menu dan kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM dan mempunyai bukti kelegalan. Diharapkan dengan adanya pelaksanaan program KCU ini dapat turut serta membantu mengembangkan UMKM Amelia Catering kedepannya.



Corresponding Author:

Novia Ainur Romandona,
Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis,
Universitas YPPI Rembang,
Jalan Raya Rembang-Pamotan KM 4, Rembang, Jawa Tengah.
Email: *dhonna9999@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Studi terkait usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah banyak dilakukan oleh para peneliti dan akademisi di Indonesia berkaitan dengan strategi pemasaran dan legalitas UMKM. Banyak dari mereka yang menekankan pemasaran digital dan legalitas. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam perekonomian suatu negara atau wilayah termasuk di Indonesia, maka terdapat kebutuhan untuk mengoptimalkan implementasinya dan mempertimbangkan kembali kemungkinan-kemungkinan yang ada untuk mendorong pengembangan ekonomi masyarakat lokal. Perkembangan UMKM tentunya akan lebih baik jika didukung oleh pemerintah dalam menyediakan fasilitas yang diperlukan untuk mendukung pelaksanaan dan kemajuan usaha yang dilakukan sehingga menghasilkan produk yang berkualitas dan dapat bersaing dengan pasar nasional.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang mampu berkembang dan bertahan dalam perekonomian nasional. UMKM adalah wadah yang bagus untuk menciptakan lapangan kerja produktif. UMKM merupakan usaha yang tidak memaksakan persyaratan tetap seperti tingkat pendidikan atau keahlian (keterampilan) karyawannya, menggunakan modal usaha yang relatif sedikit, dan umumnya menggunakan teknologi sederhana[1]. Pemberdayaan masyarakat merupakan proses pembangunan yang memungkinkan masyarakat mengambil inisiatif untuk memulai proses tindakan sosial untuk memperbaiki

situasi dan kondisinya. Badan usaha milik masyarakat dan kemungkinan-kemungkinannya diintegrasikan dengan sumber daya yang dimiliki pemerintah untuk meningkatkan perekonomian, memperbaiki kondisi sosial budaya, mengintegrasikan masyarakat ke dalam konteks kehidupan nasional dan memberikan kontribusi terhadap kemajuan di tingkat nasional dengan memberikan kewenangan yang sebesar-besarnya kepada badan usaha milik masyarakat.

Peranan UMKM dalam perekonomian sangatlah penting[2]. Selama bertahun-tahun, berbagai jenis perusahaan telah mencapai kesuksesan, baik dalam bentuk produk maupun layanan. Fakta menunjukkan kinerja UMKM di negara kita tertinggal jauh dibandingkan perusahaan besar dan UMKM di negara maju. Beberapa bisnis UMKM tidak berjalan mulus[3]. Pelaku ekonomi UMKM masih mengalami berbagai permasalahan baik di bidang produksi maupun pemasaran. Berbagai kendala tersebut baik yang bersifat internal maupun eksternal. Akibatnya banyak usaha kecil dan menengah yang tidak mampu berkembang dengan sukses atau terpaksa tutup.

Cara pemasaran tradisional saat ini dinilai kurang relevan sehingga diperlukan kreativitas dan inovasi baru. Digitalisasi dapat membuka peluang bagi para pelaku ekonomi untuk meningkatkan daya beli masyarakat melalui penjualan online. Selain itu, pelaku usaha dapat memanfaatkan digitalisasi untuk memasarkan produk lokal unggulan dengan memanfaatkan platform digital dan kemajuan teknologi untuk menjangkau konsumen yang luas dan tujuan pemasaran yang sesuai[4]. Pemasaran digital adalah kegiatan promosi suatu merek atau produk melalui media elektronik. Pemasaran digital memberikan kemudahan pelaku usaha untuk memantau dan memenuhi kebutuhan konsumen secara *real time* melalui platform digital. Beberapa manfaat pemasaran digital antara lain: target pasar dapat disesuaikan berdasarkan lokasi, demografi, kebiasaan, dan gaya hidup seseorang. Hasilnya dapat diukur sehingga pemasar dapat mengevaluasi perubahan. Tidak ada batasan jarak dan waktu sehingga dapat menjangkau pasar yang luas. Anggaran lebih rendah dibandingkan pemasaran tradisional. Menjaga hubungan dengan pelanggan dan memungkinkan mereka untuk berkembang[5].

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti mampu bertahan sampai dengan saat ini, walaupun diterpa krisis yang berkepanjangan, UMKM memiliki tingkat daya tahan yang relatif lebih kuat terhadap berbagai situasi perekonomian bangsa, sehingga diperlukan adanya berbagai strategi untuk mengembangkan kegiatan usahanya. Pengembangan industri kecil melalui pembinaan serta dukungan kesempatan berusaha dapat memperbaiki proses produksi, pemasaran dan mutu kerja serta meningkatkan produktivitas. Disamping itu, akan meningkatkan taraf hidup masyarakat. UMKM Amelia Catering adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang produksi snack dan catering makanan yang berada di Desa Leteh Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang. Prospek kedepan UMKM Amelia Catering sangat bagus untuk dikembangkan mengingat tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi terhadap snack. UMKM Amelia Catering didirikan oleh Puji Astutik pada tahun 2012. UMKM Amelia Catering memiliki produk unggulan yang menjadi kesukaan konsumen yaitu donat kentang.

UMKM Amelia Catering memiliki potensi dalam mengembangkan usahanya yaitu tanpa menggunakan bahan pengawet, memiliki pelanggan tetap, harga jual produk yang terjangkau. Adapun peluang UMKM Amelia Catering diantaranya banyaknya perkantoran yang menyelenggarakan kegiatan sehingga memerlukan catering makanan. Bahan baku yang mudah didapat juga menjadi peluang untuk memberikan produk yang menarik dan berkualitas untuk bisa bersaing di era saat ini. Ancaman yang dihadapi UMKM Amelia Catering, yaitu produk mudah ditiru oleh orang lain. Banyak pesaing yang memberikan inovasi produk catering yang menarik pasar mereka sendiri. UMKM Amelia Catering juga memiliki kelemahan yaitu masalah keterbatasan tenaga kerja, belum ada petunjuk arah lokasi usaha, belum memiliki legalitas dan pemasaran masih tradisional belum beralih ke digital. Adapun tujuan program pengabdian kepada masyarakat untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Amelia Catering yaitu dengan membantu meningkatkan strategi pemasaran dan pembuatan legalitas usaha. Dengan adanya pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat membantu UMKM Amelia Catering lebih berkembang baik lagi kedepannya.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat dalam artikel ini adalah metode deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini, metode kualitatif merupakan pendekatan yang fokus pada perolehan pemahaman mendalam terhadap fenomena tertentu melalui penafsiran teks atau cerita. Tujuan penelitian kualitatif untuk memahami fenomena subjeknya, observasi, perilaku, tindakan, motivasi. Pendekatan ini menekankan pada uraian komprehensif yang disampaikan dalam bentuk bahasa dan kata-kata[6].

Dalam artikel ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan situasi UMKM Amelia Catering di Desa Leteh Kabupaten Rembang. Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari hasil pengabdian masyarakat di Desa Leteh, khususnya UMKM Amelia Catering. Sedangkan data sekunder diperoleh dari kepustakaan, termasuk jurnal ilmiah dan artikel yang relevan dengan topik. Tiga metode utama yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Leteh:

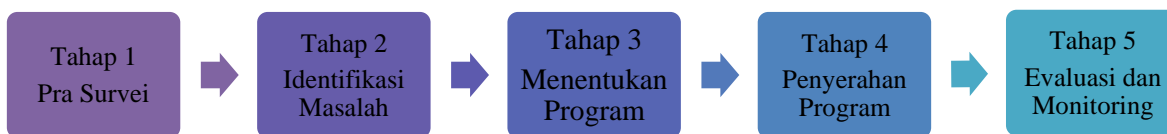
1. Metode observasi: dengan metode ini peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap keadaan UMKM Amelia Catering. Selama proses observasi, peneliti mencatat semua permasalahan dan observasi yang dilihatnya.
2. Metode wawancara: metode ini digunakan untuk mengumpulkan informasi lebih mendalam dari pelaku UMKM Amelia Catering. Melalui wawancara, peneliti mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian dan memahami sudut pandang pelaku UMKM.
3. Metode pendampingan: kegiatan yang bertujuan menyadarkan pelaku UMKM akan pentingnya pemberdayaan UMKM termasuk tantangan dan peluang yang dihadapi.

Melalui ketiga metode ini, peneliti berupaya memahami kondisi, tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM Amelia Catering. Selain itu, tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga memberikan pendampingan mengenai strategi pemasaran melalui banner penunjuk arah, instagram, google maps, dan legalitas usaha. Program kegiatan pengabdian yang dilaksanakan pada UMKM Amelia Catering dapat dilihat pada [Tabel 1](#).

Tabel 1 Program Kegiatan

No.	Waktu	Kegiatan	Hasil
1	27 Maret 2023	Membuat banner penunjuk arah	Desain banner penunjuk arah
2	28 Maret 2023	Membuat akun instagram	Akun instagram UMKM
3	29 Maret 2023	Membuat akun google maps	Memiliki akun google maps
4	30 Maret 2023	Membuat NIB atau Nomor Induk Berusaha	UMKM sudah memiliki legalitas usaha berupa NIB.

Tahapan Pelaksanaan. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Amelia Catering dapat dilihat pada [Gambar 1](#).



Gambar 1. Tahap pelaksanaan pengabdian

Tahap 1 Pra Survei. Pada kegiatan pra survei, tim pengabdian berkunjung ke UMKM Amelia Catering yang berada di Desa Leteh Kecamatan Rembang untuk mengamati proses bisnis yang berlangsung. Tahap 2 Identifikasi Masalah. Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan wawancara kepada pemilik UMKM Amelia Catering yaitu Ibu Puji Astutik untuk mengetahui permasalahan yang menghambat perkembangan usaha UMKM Amelia Catering. Tahap 3 Penentuan Program. Setelah melakukan identifikasi lebih lanjut mengenai permasalahan yang ada di UMKM Amelia Catering dan tim pengabdian menentukan program yang sesuai untuk mengatasi permasalahan tersebut. Adapun program kegiatan diantaranya:

- a. Membuat banner penunjuk arah
- b. Membuat akun instagram
- c. Membuat akun google maps
- d. Membuat NIB atau Nomor Induk Berusaha

Tahap 4 Penyerahan Program. Tim menyerahkan program kerja sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada di UMKM Amelia Catering. Tahap 5 Evaluasi dan Monitoring. Tim melaksanakan observasi secara langsung perkembangan dan keberlangsungan bisnis UMKM terutama dengan melihat kegunaan banner, akun instagram, akun google maps, serta NIB atau Nomor Induk Berusaha. Program yang direncanakan telah terlaksana dengan baik sesuai tujuan yang diharapkan dan diterima oleh pelaku usaha. Dengan adanya program pembuatan banner orang yang lewat melihat banner tersebut dan tertarik untuk membeli produk di UMKM Amelia Catering. Akun instagram berguna untuk memudahkan pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara online agar lebih mudah dijangkau masyarakat luas. Selain itu, pelaku usaha berharap konsumen tertarik untuk membeli produk yang dipasarkan secara online melalui postingan gambar-gambar produk yang menarik konsumen. Akun google maps bermanfaat untuk memberikan gambaran kepada konsumen atau memperkirakan seberapa jauh lokasi dan waktu yang ditempuh untuk sampai ke lokasi UMKM yang dituju. Sedangkan Nomor Induk Berusaha atau biasa disingkat NIB berguna sebagai bukti nyata bahwa UMKM itu sudah mendapatkan izin usaha yang legal. Dengan memiliki NIB diharapkan mampu menjawab

pertanyaan konsumen yang terkadang mempertanyakan kelegalan produk yang kita promosikan. Pelaku usaha juga bisa mengecek berkala Nomor Induk Berusaha yang sudah didaftarkan secara online dengan memasukkan email dan password yang digunakan saat mendaftar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era digitalisasi saat ini, UMKM memegang peranan penting sebagai tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia. Namun berdasarkan penelitian yang dihadapi di Desa Leteh, UMKM di wilayah tersebut menghadapi tantangan besar:

1. Pemasaran produk yang tidak jelas: pemasaran merupakan bagian penting dalam operasional bisnis. Tanpa strategi pemasaran yang jelas dan efektif, produk atau jasa yang ditawarkan UMKM sulit mencapai target yang diinginkan. Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan visibilitas produk, membangun citra merek yang dapat meningkatkan penjualan.
2. Belum adanya perizinan dan legalitas: perizinan dan legalitas merupakan kunci yang menentukan legitimasi suatu usaha di mata hukum dan konsumen. UMKM tanpa izin yang jelas dapat menghadapi risiko hukum dan kehilangan kepercayaan konsumen.

Dengan menyadari tantangan yang dihadapi UMKM Amelia Catering, maka misi tim pengabdian kepada masyarakat adalah melakukan pemberdayaan UMKM melalui berbagai pendampingan. Tujuan utamanya adalah untuk membekali UMKM dengan alat, pengetahuan, dan sumber daya yang diperlukan untuk mengatasi tantangan yang mereka hadapi dan pada akhirnya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan mereka di pasar. Dalam pemberdayaan UMKM, integrasi teknologi digital menjadi topik penting untuk dihadirkan kepada pemilik UMKM, melibatkan promosi produk melalui platform online. Saat ini diharapkan para pemilik UMKM dapat memasarkan produknya di berbagai platform *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, pelatihan tentang pentingnya pemberdayaan ini juga menekankan pada informasi teknik pemasaran secara online.

Tujuan dari pemasaran online adalah untuk membantu pelaku UMKM meraih pangsa pasar yang lebih besar. Produk-produk yang dijual oleh UMKM tidak hanya dijual kepada masyarakat dan konsumen dalam negeri saja, namun juga berpotensi untuk laku dan bisa dikirim ke berbagai wilayah Indonesia bahkan hingga ke luar negeri. Pelaku UMKM perlu mengetahui strategi pemasaran yang dapat dilakukan secara online maupun offline untuk meningkatkan penjualan. Secara offline, pelaku UMKM dapat memasang banner petunjuk arah lokasi UMKM agar konsumen dapat dengan mudah menemukan lokasi UMKM yang dituju. Sedangkan pemasaran online dapat dilakukan dengan membuat iklan di media sosial dan membuat video dengan konten penjualan. Edukasi dan dukungan tersebut diperlukan karena saat ini UMKM Amelia Catering belum mengenal strategi pemasaran penjualan online. Pendampingan yang mengedepankan strategi dukungan ini memungkinkan para pelaku UMKM membawa perubahan dan mencapai digitalisasi perekonomian.

Legalitas suatu perusahaan merupakan hal penting yang harus dimiliki masyarakat. Oleh karena itu, sosialisasi pemberdayaan UMKM dilakukan dengan fokus membuka kesadaran para pelaku UMKM untuk mendaftarkan usahanya dan mendapatkan izin yang jelas. Legalitas ini menjadi sebuah identitas yang terkait dengan legitimasi dan legalitas serta diakui oleh masyarakat sehingga menjadi aspek penting bagi perusahaan dan organisasi ekonomi. Legitimasi bisnis dapat mendorong berkembangnya UMKM yang lebih canggih di masa depan. Legalitas usaha seperti NIB dipandang sebagai solusi dari semakin banyaknya UMKM di wilayah Desa Leteh sehingga diharapkan seluruh pelaku ekonomi dapat mengurus perizinan dan legalitas secara instan. Unsur legalitas ini berupa bukti kepemilikan izin usaha, seperti NIB. UMKM harus memiliki izin usaha dan legalitas yang memadai. Legalitas dan adanya izin membantu masyarakat menjalankan dan mengembangkan usahanya dengan tenang. Adapun program yang kami laksanakan sebagai berikut:

3.1 Pembuatan banner penunjuk arah

Hasil dari kegiatan pembuatan banner penunjuk arah adalah UMKM sekarang memiliki petunjuk arah sehingga memudahkan konsumen untuk menuju ke lokasi UMKM. Membuat banner penunjuk arah UMKM merupakan hal yang penting karena tanpa adanya panduan arah maka konsumen akan sulit menemukan alamat tujuan. Program kerja ini bertujuan untuk memberikan akses bagi siapapun untuk menemukan lokasi UMKM. Selain itu, memberikan instruksi juga dapat dipahami sebagai bagian dari informasi produk. Beberapa pejalan kaki atau pengendara yang lewat akan melihat petunjuk arah tersebut untuk menyadarkan mereka akan keberadaan UMKM Amelia Catering. Begitu mereka mengetahui banner tersebut, pelaku UMKM berharap pengguna jalan memperhatikan dan membeli yang dapat meningkatkan penjualan produk[7]. Adapun banner adalah sebagai berikut ini dapat dilihat pada [Gambar 2](#). Dokumentasi penyerahan banner dapat dilihat pada [Gambar 3](#).



Gambar 2. Banner penunjuk arah



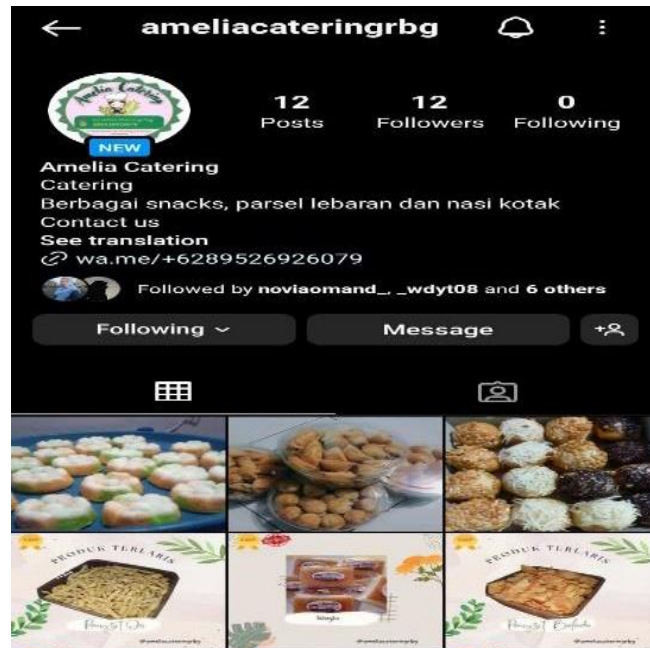
Gambar 3. Penyerahan banner penunjuk arah

3.2 Pembuatan akun instagram

Memiliki akun media sosial akan memudahkan pemilik UMKM untuk melakukan pemasaran produk. Kurangnya pemasaran secara online di UMKM tersebut memberikan kami ide untuk membuat akun media sosial yang notabennya semua masyarakat zaman sekarang mudah untuk mengaksesnya. Akun sosial media ini sangat penting sekali untuk membantu memajukan UMKM Amelia Catering. Selain memanfaatkan marketplace, berbisnis di masa sekarang juga perlu memanfaatkan media sosial seperti instagram. Instagram seperti media sosial lainnya, awalnya merupakan media komunikasi interpersonal. Namun, instagram kini juga bisa menjadi media berbisnis bagi penggunanya. Banyak pengguna akun instagram yang menggunakan aplikasi ini untuk memasarkan dan menjual produknya.

Tujuan dari program kerja ini adalah untuk membuat akun media sosial UMKM Amelia Catering supaya lebih menarik perhatian konsumen dan memberikan lebih banyak informasi yang diinginkan pelanggan. Pelanggan tidak hanya memerlukan postingan yang menarik saja tetapi keselarasan antar postingan saat membuka profil instagram. Jika UMKM tidak beradaptasi maka mereka akan kesulitan mencari pelanggan.

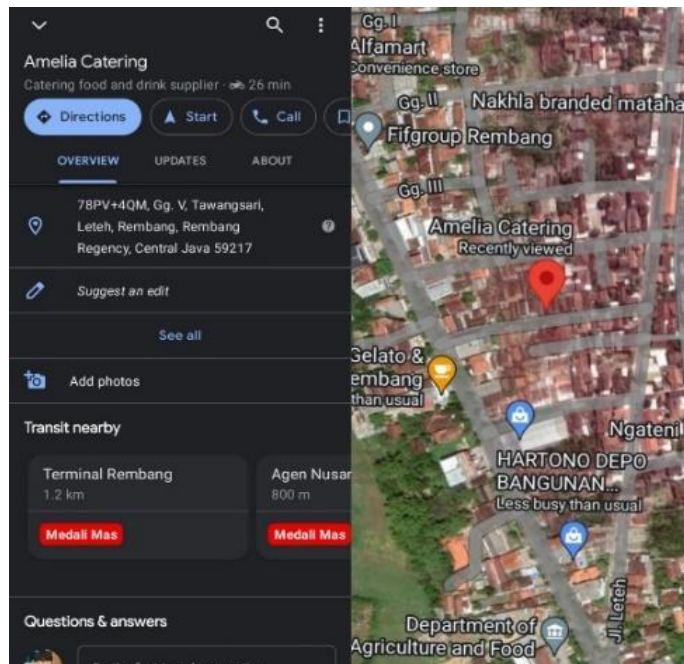
Sudah terkena dampak pandemi yang membatasi penjualan, kalau tidak kita perbaiki akan semakin sulit. Adapun dokumentasi akun instagram dapat dilihat pada [Gambar 4](#).



Gambar 4. Akun instagram UMKM

3.3 Pembuatan akun google maps

Dengan memiliki google maps masyarakat bisa mengakses lokasi UMKM melalui media massa. Dengan adanya google maps masyarakat tidak perlu tanya-tanya kepada orang lain hanya cukup buka aplikasi google maps masyarakat bisa menjangkau lokasi tersebut. Pengabdian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi berbasis google maps sebagai alternatif media periklanan bagi UMKM[8]. Google maps kini menjadi alat yang berguna bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitasnya di dunia digital[9]. Google maps dapat digunakan sebagai media pengembangan bisnis. Ketika pelaku UMKM memasukkan nama toko online yang telah didaftarkan, maka akan ditampilkan informasi yang sangat detail, antara lain alamat, peta, website, deskripsi toko, dan nomor telepon yang bisa konsumen hubungi[10]. Adapun dokumentasi akun google maps dapat dilihat pada [Gambar 5](#).



Gambar 5. Akun google maps

3.4 Pembuatan NIB atau Nomor Induk Berusaha

Pembuatan NIB untuk UMKM Amelia Catering membuat UMKM ini memiliki legalitas usaha. NIB atau Nomor Induk Berusaha juga bermanfaat untuk mempermudah UMKM mengakses pembiayaan dari perbankan guna mendapatkan modal usaha[11] Legalitas usaha sangat penting untuk UMKM karena memungkinkan pelaku UMKM menjalankan usahanya dengan aman, terhindar dari permasalahan hukum, dan menjalin hubungan baik dengan mitra usaha dan pemerintah[12]. Pendampingan pembuatan NIB secara online dapat melalui OSS dengan menyiapkan data-data yang diperlukan untuk pengisian formulir. Pendampingan ini bisa membantu menyelesaikan permasalahan yang masih sering dihadapi masyarakat khususnya pelaku UMKM. Adanya legalitas dan izin usaha dapat memberikan perlindungan hukum bagi UMKM dan bisa berpartisipasi dalam program pemerintah[13]. NIB dapat digunakan sebagai bahan untuk mengurus sertifikat jaminan produk halal dan sesuai standar nasional Indonesia[14]. Dengan memiliki legalitas bisa memberikan dampak positif bagi pelaku ekonomi dan meningkatkan kualitas usaha serta pertumbuhan ekonomi[15]. Adapun dokumentasi NIB dapat dilihat pada [Gambar 6](#). Dokumentasi penyerahan NIB dapat dilihat pada [Gambar 7](#).



Gambar 6. NIB



Gambar 7. Penyerahan NIB

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat khususnya di UMKM Amelia Catering bertujuan untuk membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi dengan cara membuat banner penunjuk arah, membuat akun instagram, membuat akun google maps, dan membuat akun NIB atau Nomor Induk Berusaha. Secara umum, program yang dilaksanakan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kepada pelaku usaha mengenai pentingnya strategi untuk memasarkan suatu produk yang sudah terbukti kegagalan usahanya. Hal ini dibuktikan dengan konsumen yang dapat dengan mudah menjangkau lokasi UMKM, pelaku UMKM sudah bisa mengupload gambar produk yang ingin ditawarkan kepada konsumen melalui postingan di instagram. Jika konsumen kesulitan menggunakan google maps maka konsumen bisa mengetahui lokasi UMKM Amelia Catering dengan banner penunjuk arah yang sudah terpasang di tepi jalan sehingga dapat menjadi panduan menuju lokasi UMKM dengan cepat dan tepat. Dengan adanya NIB atau Nomor Induk Berusaha, pelaku UMKM memiliki bukti kegagalan usaha untuk mengembangkan usaha kedepannya menjadi lebih baik lagi.

Di era digital ini, UMKM menghadapi berbagai tantangan dan peluang. Agar dapat bersaing, UMKM harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi seperti peningkatan pemasaran produk online melalui instagram, pembuatan banner penunjuk arah, dan pembuatan google maps. Namun, adaptasi harus didukung dengan pemahaman mendalam mengenai legalitas dan perizinan usaha agar UMKM dapat berfungsi dengan lancar dan meminimalkan risiko. Melalui berbagai pendampingan dan sosialisasi, diharapkan UMKM dapat mewujudkan potensinya secara maksimal, berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional dan mendukung pertumbuhan ekonomi.

Dalam menjalankan kegiatan pengabdian ini tentunya masih banyak kekurangan seperti keterbatasan waktu untuk mendampingi secara penuh UMKM dalam mengimplementasikan program pengembangan bagi UMKM. Selanjutnya, diharapkan ada kegiatan pengabdian masyarakat berkelanjutan terutama dalam hal strategi pemasaran supaya menjadi percontohan yang dapat lebih aktif mendampingi pelaku UMKM dalam memasarkan produk di media sosial seperti instagram, menambah beberapa program pengabdian yang lebih menarik untuk mengembangkan UMKM yang lebih baik lagi. Setelah selesainya program pengabdian ini, tim pengabdian menyarankan kepada pemilik UMKM Amelia Catering untuk memanfaatkan media pemasaran melalui akun media sosial khususnya instagram. Lebih giat mengupload menu-menu yang tersedia di UMKM Amelia Catering. Memberikan inovasi- inovasi promosi produk yang menarik di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Listyawati and A. Muhim, "Pemberdayaan UMKM Melalui Penguatan Legalitas Usaha Di Desa Cogreg Kecamatan Parung Kabupaten Bogor," *PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 46-52, Sep. 2022, doi: [10.47776/praxis.v1i1.573](https://doi.org/10.47776/praxis.v1i1.573)
- [2] S. Bakhri and V. Futiah, "Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Loyalitas Sosial*, vol. 2, no. 2, p. 59, Sep. 2020, doi: [10.32493/JLS.v2i2.p59-70](https://doi.org/10.32493/JLS.v2i2.p59-70)
- [3] K. N. Abidah, I. Baihaqi, and S. F. Persada, "Konsep Model Bisnis Inkubasi Online dengan Perspektif Triple Helix," *Jurnal Teknik ITS*, vol. 9, no. 1, pp. 13-18, Jul. 2020, doi: [10.12962/j23373539.v9i1.42551](https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i1.42551)
- [4] K. Rosyadah and Wirakartika, "Penerapan Strategi Digital Pada UMKM Kopi Murni Pak Tuwo Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, vol. 4, no. 3, pp. 1894-1901, Aug. 2023.
- [5] A.U. Syukri and A. N. Sunrawali, "Digital Marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah," *KINERJA*, vol. 19, no. 1, pp. 170-182, 2022. doi: [10.30872/jkin.v19i1.10207](https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207)
- [6] A. Yuniarti, "Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo," *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, vol. 2, no. 1, pp. 299-306, Sep. 2023.
- [7] G. G. Zalzal and F. Farhan, "Pendampingan Pemasaran Daring dan Pembuatan Studio Foto Mini di UMKM Nyami'an Ndeso," *J. Altifani Penelit. Pengabd. k. Masy.*, vol. 2, no. 4, pp. 354-361, Jul. 2022.
- [8] S. F. Insani, Y. Syahrizal, and A. P. Putra, "Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari," *Warta*, vol. 25, no. 1, pp. 44-56, Jan. 2022, doi: [10.23917/warta.v25i1.596](https://doi.org/10.23917/warta.v25i1.596)
- [9] S. Ikerismawati, I. Sholiha, and S. Hardiyanti, "Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Seban Kota Pasuruan," *I-Com*, vol. 3, no. 3, pp. 1294-1302, Sep. 2023, doi: [10.33379/icom.v3i3.3139](https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.3139)
- [10] P. A. Fauziyya, F. A. Rashida, and L. Arif, "Pembuatan NIB Dan Aplikasi Google Maps Dalam Pengembangan UMKM Desa Kebondalem Kabupaten Jombang," *JPkMN*, vol. 4, no. 3, pp. 1837-1847, Aug. 2023, doi: [10.55338/jpkmn.v4i3.1214](https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1214)
- [11] U. N. Umi, D. Ambarwati, and S. Srikamlah, "Pelatihan Pembuatan Nomor Ijin Berusaha untuk Kelegalitasan Usaha pada Pelaku Usaha di Kecamatan Pare Kabupaten Kediri," *empowerment.j.n.a*, vol. 1, no. 3, pp. 351-368, May. 2022, doi: [10.55983/empjcs.v1i3.115](https://doi.org/10.55983/empjcs.v1i3.115)

- [12] Hasyim, "Pengembangan UMKM Desa Sapit Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital dan Legalitas Usaha," JPMPI, vol. 6, no. 3, pp. 735-742, Sep. 2023.
- [13] E. Soleha, E. Rulianti, and F. Maria, "Sosialisasi Pemberdayaan Umkm "Umkm Bangkit Bersinergi"," ABDIMAS 45, vol. 1, no. 1, pp. 1-7, Apr. 2022, doi: [10.30640/abdimas45.v1i1.165](https://doi.org/10.30640/abdimas45.v1i1.165)
- [14] V. S. Purborini, "Pentingnya Legalitas Pirt Dan Nib Bagi Pelaku Usaha Kue Kering," Jurnal Magister, vol. 14, no. 1, pp. 28-37, May. 2023, doi: [10.37303/magister.v14i1.75](https://doi.org/10.37303/magister.v14i1.75)
- [15] N. A. Dewi and R. A. Suwaidi, "Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha dan Branding Produk UMKM Desa Ngampungan," JPMSAINTEK, vol. 3, no. 2, pp. 01-06, Sep. 2023, doi: [10.58169/jpmsaintek.v2i3.164](https://doi.org/10.58169/jpmsaintek.v2i3.164)

