



TRANSFORMASI DIGITAL DAN LEGALITAS USAHA: PERAN PENDAMPINGAN BAGI PENINGKATAN KUALITAS UMKM

Imamah Mujtahidah^{1*}, Muhammad Thohir², Ummi Mardiyah³

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

*E-mail: Imamahmjd@gmail.com, muhammadthohir@uinsa.ac.id, ummi.mardiyah@uinsa.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat oleh Kelompok 114 UINSA ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan tentang digitalisasi dan legalisasi UMKM di Desa Karangrejo, Kabupaten Ngawi, guna memaksimalkan peluang pasar di era digital dan meningkatkan kualitas UMKM tersebut. Program utama yang dijalankan dalam kegiatan ini pertama adalah digitalisasi UMKM yang berupa pendaftaran lokasi usaha pada aplikasi Google Maps, Pembuatan QRIS dan pemasaran pada kanal sosial media Instagram, dan kedua adalah pemberian legalitas izin usaha yang berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dan sertifikat halal. Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Asset-Based Community Development (ABCD) melalui lima tahapan, yaitu menemukan potensi dari asset yang ada (discovery), mengidentifikasi impian/tujuan dan visi jangka panjang (dream), menyusun strategi untuk mencapai tujuan tersebut (design), mendorong pelaku UMKM untuk mendalami potensinya serta mengorganisir dan mengarahkannya (define), dan melaksanakan perencanaan yang telah ditentukan serta melakukan evaluasi secara berkala (destiny). Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa terdapat 50 UMKM potensial di desa Karangrejo yang masuk pada program digitalisasi dan legalisasi. Pada program digitalisasi terdapat 41 UMKM yang meminta untuk didaftarkan pada Google Maps, 24 UMKM dibuatkan QRIS dan 20 UMKM yang meminta dibantu memasarkan usahanya pada sosial media Instagram. Pada program legalisasi terdapat 24 UMKM yang membutuhkan NIB, 14 PIRT dan 9 sertifikat halal. Dengan demikian, proses pendampingan dan pelatihan digitalisasi maupun legalisasi UMKM di desa karangrejo tersebut, sebagai bentuk usaha dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha yang sesuai dengan kondisi pasar pada era digital ini.

Kata kunci: Pengabdian, UMKM, Legalitas, Digitalisasi

DIGITAL TRANSFORMATION AND BUSINESS LEGALITY: THE ROLE OF MENTORING IN IMPROVING THE QUALITY OF UMKM

ABSTRACT

The community service carried out by Group 114 of UINSA aims to provide training and assistance on the digitalization and legalization of MSMEs in Karangrejo Village, Ngawi Regency, in order to maximize market opportunities in the digital era and improve the quality of these UMKM. The main programs implemented in this activity are, first, UMKM digitalization, which includes registering business locations on the Google Maps application, creating QRIS, and marketing through the Instagram social media platform; and second, providing business legality assistance in the form of Business Identification Numbers (NIB), Home Industry Food Permits (PIRT), and halal certificates. This community service activity uses the Asset-Based Community Development (ABCD) method through five stages: discovering existing assets (discovery), identifying dreams/goals and long-term visions (dream), designing strategies to achieve those goals (design), encouraging UMKM actors to deepen their potential as well as organizing and directing them (define), and implementing the planned actions while conducting periodic evaluations (destiny). The results of this community service indicate that there are 50 potential UMKM in Karangrejo Village that participated in the digitalization and legalization programs. In the digitalization program, 41 UMKM requested registration on Google Maps, 24 UMKM had QRIS created, and 20 UMKM requested assistance in promoting their businesses on Instagram. In the legalization program, 24 UMKM required NIB, 14 required PIRT, and 9 required halal certificates. Thus, the process of mentoring and training for UMKM digitalization and legalization in Karangrejo Village serves as an effort to develop and improve businesses in accordance with market conditions in this digital era.

Keywords: Community service, MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises), Digitalization



PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara. Di Indonesia, UMKM telah diakui sebagai motor penggerak utama perekonomian karena kemampuannya dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mendistribusikan pendapatan secara lebih merata. UMKM umumnya merupakan bentuk usaha yang tidak mensyaratkan tingkat pendidikan tertentu, tidak memerlukan keahlian khusus, dan dijalankan dengan modal serta teknologi yang relatif sederhana.¹ Pemerintah memberikan perhatian yang besar terhadap UMKM dengan mendorong berbagai upaya untuk mengembangkan seluruh aspek pertumbuhannya, mencakup pengembangan produk, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, aspek hukum, peningkatan kualitas sumber daya manusia, hingga proses produksi (Zairina & Wafa, 2023)

UMKM di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan. Namun, di balik perkembangan tersebut, masih terdapat berbagai tantangan dalam pelaksanaan operasionalnya. Salah satu hambatan utama yang dihadapi adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan bisnis yang dimiliki oleh para pelaku UMKM. Kondisi ini sering kali menjadi penyebab kegagalan mereka dalam mencapai target keuntungan yang diharapkan. Beragam kendala yang dihadapi UMKM, khususnya terkait aspek legalitas dan kemampuan beradaptasi dengan teknologi digital, menjadi faktor penghambat dalam mengoptimalkan potensi sektor ini. Hal ini turut memengaruhi kontribusi UMKM dalam mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan, khususnya dalam konteks pengembangan usaha secara menyeluruh. Di era teknologi yang terus berkembang, banyak pelaku UMKM masih tertinggal dalam digitalisasi akibat kurangnya pemahaman, khususnya dalam pemasaran digital. Padahal, digitalisasi sangat penting untuk memperkuat promosi dan mendorong pertumbuhan usaha. Langkah seperti mendaftarkan usaha di Google Maps memudahkan konsumen menemukan informasi penting dan meningkatkan visibilitas bisnis. Penggunaan QRIS mendukung transaksi non- tunai yang cepat dan aman, sementara Instagram menjadi media promosi efektif untuk membangun branding dan menjangkau pasar yang lebih luas. Integrasi Google Maps, QRIS, dan Instagram secara signifikan meningkatkan daya saing serta potensi penjualan UMKM di era digital (Wijaya, 2023).

Selain itu, UMKM perlu memiliki legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk mendukung pengembangan usahanya. NIB berfungsi sebagai identitas resmi yang menunjukkan bahwa usaha tersebut aktif dan memenuhi syarat perizinan, sekaligus membuka akses terhadap izin komersial lainnya. Legalitas ini penting karena dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan berkontribusi pada peningkatan penjualan.⁷ Proses perizinan dan legalisasi sering kali dianggap rumit karena memerlukan waktu, biaya, dan prosedur yang kompleks, sehingga menyulitkan pelaku UMKM dalam mengakses dukungan resmi maupun pasar yang lebih luas. Di tengah perkembangan digital dan meningkatnya konektivitas, pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor kunci dalam mendorong kemajuan dan perluasan UMKM. (Armiani, 2022).

Legalitas usaha sangat penting bagi UMKM sebagai bentuk perlindungan hukum sekaligus untuk menciptakan persaingan yang sehat dan transparan. Namun, masih banyak pelaku usaha yang mengabaikannya karena dianggap rumit, tidak penting, atau terkendala biaya dan kurangnya pemahaman. Padahal, legalitas seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan identitas resmi yang wajib dimiliki agar UMKM dapat mengakses berbagai fasilitas pemerintah, termasuk pembinaan dan bantuan permodalan. Bagi UMKM di bidang makanan dan minuman, sertifikat PIRT juga penting karena menjamin keamanan produk serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan memiliki NIB dan PIRT, UMKM dapat memperkuat posisi usahanya, memperluas pasar, dan bersaing secara lebih profesional di tengah persaingan yang ketat (Kurniawan,

Sebagai mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, khususnya di Desa Karangrejo, Ngawi, yang memiliki kuatnya nilai-nilai keislaman, penting untuk menerapkan prinsip-prinsip hukum Islam dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam konsumsi makanan dan minuman halal. Oleh karena itu, produk UMKM yang beredar wajib memiliki sertifikasi halal sebagai jaminan kehalalan produk. Sertifikasi ini tidak hanya memenuhi aspek keagamaan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen, daya saing, dan potensi penjualan di pasar.¹⁰ Sertifikasi halal memiliki peran penting bagi konsumen karena memberikan jaminan, keyakinan, dan informasi terkait kehalalan suatu produk,



sekaligus menjadi sarana menjaga etika dalam berbisnis. Namun, meskipun pemerintah telah menyediakan panduan, banyak pelaku UMKM yang belum terbiasa.

Urgensi dilakukannya pengabdian masyarakat oleh Kelompok 114 UINSA di Desa Karangrejo, Kecamatan Kendal, Kabupaten Ngawi, didasarkan pada masih rendahnya pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan digitalisasi serta mengurus legalitas usaha. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, UMKM di desa ini masih tertinggal dalam hal pemasaran digital, penggunaan QRIS, pemanfaatan media sosial seperti Instagram, hingga pendaftaran usaha di Google Maps. Selain itu, keterbatasan akses terhadap informasi dan teknologi juga membuat banyak pelaku usaha belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikat halal, dan PIRT, yang padahal sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas pasar. Mengingat Desa Karangrejo mayoritas penduduknya beragama Islam dengan tingkat religiusitas yang tinggi, maka jaminan kehalalan produk menjadi aspek penting yang perlu didorong. Oleh karena itu, kehadiran mahasiswa sebagai pendamping melalui kegiatan pengabdian masyarakat sangat diperlukan untuk memberikan pelatihan, pendampingan, dan edukasi agar UMKM di Desa Karangrejo mampu berkembang lebih profesional, kompetitif, dan sesuai dengan tuntutan zaman.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan data yang didapatkan serta dianalisis secara deskriptif dan terperinci. Subjek pada penelitian ini ialah masyarakat pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dan perangkat Desa Karangrejo. Data yang digunakan bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan observasi secara mendalam kepada pelaku UMKM, serta pada *Forum Group Discussion* (FGD). Melalui kedua proses tersebut, peneliti mendapatkan data serta informasi yang akurat sesuai dengan fakta di lapangan.

Metode yang penulis gunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini ialah Metode ABCD (*Asset-Based Community Development*) yang merupakan pendekatan pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan asset dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri. ABCD dilakukan bersama masyarakat atau kelompok untuk membangun kehidupan yang lebih baik dengan menggerakkan semua potensi dan asset yang ada pada wilayah tersebut.

Dengan mengetahui potensi dan asset yang dimiliki, serta memiliki sebuah agenda perubahan yang telah dirumuskan, maka persoalan keberlanjutan pada sebuah program perbaikan kualitas kehidupan pada masyarakat tersebut diharapkan dapat diwujudkan, dan peneliti berharap pengabdian ini mampu membantu masyarakat di Desa Karangrejo secara aktif dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha yang dimilikinya. Pada metode ABCD ini, terdapat 5 tahapan yang penulis gunakan dalam pengabdian masyarakat, yakni :

1. *Discovery* (Menemukan)

Masyarakat didorong untuk menemukan kembali potensi dan kekuatan yang ada. Tahapan ini bertujuan untuk menggali serta memetakan seluruh asset yang telah dimiliki masyarakat tersebut, seperti keterampilan usaha, sejauh mana usaha tersebut berkembang, dll. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara apresiasif, observasi secara langsung, serta *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pelaku UMKM dan tokoh masyarakat lokal.



Gambar 1. Mahasiswa Pengabdian Masyarakat melakukan observasi kepada tokoh masyarakat di Dusun Campurejo.

2. *Dream* (Impian)

Menentukan isu pemberdayaan masyarakat untuk mengidentifikasi tujuan atau visi jangka Panjang yang memungkinkan untuk dicapai bersama.14 Masyarakat diharapkan memberikan mimpi dan visi secara kolektif yang mengarah pada pengembangan UMKM mereka.



Gambar 2. Mahasiswa Pengabdian Masyarakat melakukan observasi mendalam

3. *Design* (Merancang)

Pada tahapan design ini yang menghubungkan mimpi yang telah dibangun dengan kenyataan yang membentuk jembatan yang mengantarkan komunitas dari wacana ke tindakan. Mimpi-mimpi yang telah dirumuskan sebelum tahapan ini yang kemudian dirumuskan akan menjadi fondasi bagi perencanaan program yang konkrit dan terukur. Masyarakat menyusun strategi untuk dapat mencapai visi dan mimpi yang telah tersepakati. Strategi ini mencakup penguatan identitas produk, pembuatan kelompok UMKM.



Gambar 3. Mahasiswa Pengabdian Masyarakat mengadakan Forum Group Discussion (FGD)

4. *Define* (Menentukan)

Ketika masyarakat sudah menemukan mimpi bersama mereka, merancang langkah-langkah untuk mewujudkan mimpi tersebut, maka pada tahapan ini ialah saatnya masyarakat menggalang asset dan potensi yang mereka temukan di awal untuk mewujudkan seluruh mimpi dan visi mereka. Pada tahapan define ini, masyarakat didorong untuk mengidentifikasi dan mendalami setiap potensi yang dimiliki oleh setiap individu, kelompok, sumber daya baik pada sumber daya manusia maupun sumberdaya alam, infrastruktur, budaya, dan sosial. Asset-aset tersebut kemudia diorganisir dan diarahkan untuk menuju tujuan bersama.



Gambar 4. Mahasiswa Pengabdian Masyarakat mengadakan workshop secara intensif kepada pelaku UMKM

5. *Destiny* (Lakukan dan Evaluasi)


Gambar 5. Mahasiswa Pengabdian Masyarakat Melakukan pembuatan Digitalisasi dan Legalitas



Gambar 6. Mahasiswa Pengabdian Masyarakat Memberikan berkas legalitas (NIB) pada pelaku UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN
A. Paparan Data Observasi

Tabel 1. Inventarisir data UMKM dan aksi yang dilakukan

| No | Nama Pelaku UMKM | Nama Usaha | Aksi yang dilakukan | | | | | |
|-----|--------------------------|-----------------------------------|---------------------|------|----|-----------|------|-------|
| | | | Digitalisasi | | | Legalitas | | |
| | | | Maps | QRIS | IG | NIB | PIRT | Halal |
| 1. | Bapak Supri dan Ibu Hana | Anyaan Bambu | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| 2. | Ibu Lastri | Telur Ayam | ✓ | | | ✓ | | |
| 3. | Mbah Suparmi | Toko Sembako | ✓ | | | ✓ | | |
| 4. | Ibu Jumairah | Toko Sembako | ✓ | | | ✓ | | |
| 5. | Ibu Atik | Toko Sembako | ✓ | | | ✓ | | |
| 6. | Ibu Tina | Kripik Usus | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | |
| 7. | Bapak Rebiyanto | Mebel | ✓ | | ✓ | ✓ | | |
| 8. | Pak Agung | Mie Jebew dan dimsum | ✓ | | | | ✓ | ✓ |
| 9. | Ibu Binti | Ayam potong dan jahe bubuk instan | ✓ | | | ✓ | ✓ | |
| 10. | Bapak Sunarto | Bengkel | Menolak | | | | | |
| 11. | Bu Siti Insiatun | Kripik jamur, usus, dan pare | ✓ | | ✓ | ✓ | | |
| 12. | Ibu Siti | Amanah cake and cookies | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 13. | Ibu Yuyun | Toko Sembako | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 14. | Teh Asri Nusantara | Teh, kopi | ✓ | ✓ | | | | |
| 15. | Toko Selin | Toko Kelontong | ✓ | | | | | |
| 16. | Bakso Berkah | Bakso | Menolak | | | | | |
| 17. | Warung Sum | Warung kopi | Menolak | | | | | |
| 18. | Warkop Mak Ipo | Gorengan, nasi pecel | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 19. | Tape Tela Bu Karmi | Tape tela | ✓ | | | | | |
| 20. | Pak Ramelan | Jual Madu | ✓ | | | | | |
| 21. | Ibu Semini | Kerupuk Kendar | Menolak | | | | | |
| 22. | Ibu Khusnul Khotimah | Minimarket 'Fauzan', POM mini | ✓ | | | | | |



| No | Nama Pelaku UMKM | Nama Usaha | Aksi yang dilakukan | | | | | |
|-----|--------------------------|-------------------------------------|---------------------|------|----|-----------|------|-------|
| | | | Digitalisasi | | | Legalitas | | |
| | | | Maps | QRIS | IG | NIB | PIRT | Halal |
| 23. | Ibu Sri | Kripik Tempe | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| 24. | Yuni F | Aya Cookies | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| 25. | Ibu Tarmi | Tempe Kedelai | ✓ | | | | | |
| 26. | Bu Suminem | Keripik Usus | Menolak | | | | | |
| 27. | Bu Lastri | Sambel Pecel | Menolak | | | | | |
| 28. | Ibu Parsini | Toko Sembako | Menolak | | | | | |
| 29. | Suratmi | Toko Sembako | ✓ | | | | | |
| 30. | Sri Mulyani | Jajan | ✓ | ✓ | | | | |
| 31. | Ibu Dewi | Sayur, Empon-Empon, Ubi | Menolak | | | | | |
| 32. | Ibu Siti | Tepo | ✓ | ✓ | | | | |
| 33. | Ayu Cabe | Jualan Sayur | | ✓ | ✓ | | | |
| 34. | Mbak Weri | Toko Sembako | ✓ | | | | | |
| 35. | Gutomo | Kere Bambu | ✓ | | | | | |
| 36. | Supini (Lansia) | Toko Sembako | ✓ | | | | | |
| 37. | Suminem | Warung Cendol | ✓ | | | | | |
| 38. | Eko Kendang | Kerajinan Kendang | ✓ | ✓ | ✓ | | | |
| 39. | Bu Dina (Toko Bianca) | Toko Sembako | ✓ | | | | | |
| 40. | Pak Yudi | Peternak Sapi | ✓ | ✓ | ✓ | | | |
| 41. | Ibu Kamsiah | Kue | Menolak | | | | | |
| 42. | Bu Suminem | Wakul Bambu | | ✓ | | | | |
| 43. | Ibu Triyudhowati | Kripik Narto Ronggeng | ✓ | | | | | |
| 44. | Gavin (Menantu yg punya) | Ternak Ayam Petelur | ✓ | ✓ | ✓ | | | |
| 45. | Ibu Rofi | Aqila Berkah donat and cake | ✓ | ✓ | | | | |
| 46. | Ibu Siti Kholifah | Mie Ayam 'Rozzaq' | ✓ | | | | | |
| 47. | Mas Yudi | Produksi Tempe | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 48. | Mbak Ina | Raffasya Cell | ✓ | | | | | |
| 49. | Bu Lastri | Wakul Bambu | ✓ | | | | | |
| 50. | Bu Pia | Toko Kelontong | ✓ | | | | | |
| 51. | Bu Sarni | Usaha rumahan kios cake and cookies | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| 52. | Bu Watini | Berkah Brownies Bunda Adiasta | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| 53. | Mas Dani | Raja Pentol goreng | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 54. | Mbak Nurul | Home made bakery | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 55. | Mas Dehan | Depo Air Isi Ulang "Tirta Sari" | ✓ | | | | | |
| 56. | Ibu Ginarti | Ghania Cake and Cookies | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 57. | Bu Nur Wahyuni | Kue kering | ✓ | ✓ | | | | |
| 58. | Vian | Keripik | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ |
| 59. | Pak Sutrisno | Keripik Gadung | ✓ | | | | | |



| No | Nama Pelaku UMKM | Nama Usaha | Aksi yang dilakukan | | | | | |
|-----|--------------------|--------------------------|---------------------|------|----|-----------|------|-------|
| | | | Digitalisasi | | | Legalitas | | |
| | | | Maps | QRIS | IG | NIB | PIRT | Halal |
| 60. | Mba Uut | Keripik Gadung | ✓ | | | | | |
| 61. | Ibu y | Kripik | ✓ | | | | | |
| 62. | Nasi Goreng Salome | Makanan | ✓ | ✓ | | | | |
| 63. | Toko Mulyadi | Toko Sembako | ✓ | | | | | |
| 64. | Bibit Mulyadi | Bibit | ✓ | | | | | |
| 65. | Toko Madura | Sembako | Menolak | | | | | |
| 66. | Mas x | Lele | ✓ | | | | | |
| 67. | Mebel Sugiono | Mebel Kayu | Menolak | | | | | |
| 68. | Abah Kholis | Seafood | | | | ✓ | | |
| 69. | Bapak x | Cilok | Menolak | | | | | |
| 70. | Sri Wahyuni | Kios Pakan | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| 71. | Pak Purwanto | Mebel | | | | ✓ | | |
| 72. | Ibu Suparmi | Keranjang tembakau | Menolak | | | | | |
| 73. | Mbak Nari | Warung Kopi | ✓ | | | | | |
| 74. | Bu Sunarti | Toko Kelontong | ✓ | | | | | |
| 75. | Pak Sugeng | Mie ayam dan bakso | ✓ | | | | | |
| 76. | Bu Sudarsih | Toko kelontong dan kebun | ✓ | | | | | |
| 77. | Ibu Warti | Toko Kelontong | Menolak | | | | | |
| 78. | Pak Suwarno | Toko Sembako dan bensin | ✓ | | | | | |
| 79. | Danu | Telur | ✓ | | | | | |
| 80. | Pak Pri | Bengkel Las | ✓ | | | | | |
| 81. | Bu Puput | Laundry | ✓ | | | | | |
| 82. | Ibu Nurhayati | Kue | ✓ | ✓ | | | | |
| 83. | Bu Reni | Kue Kering | Menolak | | | | | |

Tabel 2. Rekapitulasi aksi UMKM Desa Karangrejo

| No. | Aksi | Total |
|---------------------|-------------------|-------|
| <i>Digitalisasi</i> | | |
| 1. | Google Maps | 41 |
| 2.. | Qris | 24 |
| 3. | Sosmed Instagram | 20 |
| <i>Legalitas</i> | | |
| 1. | NIB | 24 |
| 2. | PIRT | 14 |
| 3. | Sertifikasi Halal | 9 |
| <i>Tambahan</i> | | |
| 1. | Menolak | 15 |

B. Digitalisasi UMKM Desa Karangrejo

Hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan digitalisasi di Desa Karangrejo Kabupaten Ngawi sangat memberikan dampak yang positif bagi masyarakat desa, khususnya bagi pelaku UMKM. Masyarakat mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pemasaran yang relevan dan praktis, berdasarkan penilaian yang dilakukan pasca-pelatihan masyarakat menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan pemasaran melalui sosial media seperti WhatsApp, Instagram, Facebook dan sosial media lainnya. Selain itu, pelatihan digitalisasi ini juga mengajarkan masyarakat dalam pemanfaatan Qris dan Google Maps dalam usaha mereka. Melalui pelatihan ini, masyarakat mulai menyadari pentingnya digitalisasi dalam usaha UMKM karena memungkinkan perluasan jangkauan pasar, peningkatan efisiensi operasional dan peningkatan daya saing. Penggunaan digitalisasi seperti Gmaps, Qris dan Sosial Media merupakan hal yang konkret bagaimana UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital di era modern (Sindi & wafa, 2024).

1. Qris (Quick Response Code Indonesian Standard)

Qris merupakan sistem pembayaran digital yang dibuat oleh Bank Indonesia. Melalui Qris, pembayaran produk UMKM bisa dilakukan dengan dompet digital yang ada di HP pembeli. Dana hasil pembayaran tersebut secara otomatis terhubung dan ditransfer ke rekening bank penerima tanpa terikat oleh batasan waktu maupun lokasi. Proses ini dilakukan dengan cara memindai kode QR, sehingga tidak memerlukan penggunaan uang tunai secara fisik. Pembuatan kode Qris diarahkan dengan menggunakan aplikasi Gopay Merchant. Pelaku UMKM hafus mengunduh aplikasi Gopay Merchant terlebih dahulu, kemudian mendaftarkan akunnya pada akun bisnis dan melakukan verifikasi KTP. Proses verifikasi berlangsung selama 1x24 jam dan kode Qris bisa segera digunakan.



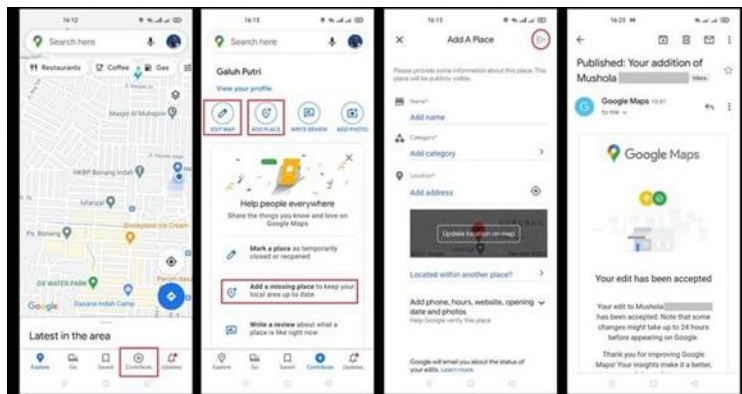
Gambar 7. Tutorial Pembuatan Kode QR Melalui Aplikasi GoPay

Implementasi sistem pembayaran non tunai yang digunakan untuk membayar secara online maupun offline telah mengalami perkembangan seiring dengan pertumbuhan UMKM yang semakin meningkat. Hal ini turut mendorong kemudahan dalam proses transaksi antara konsumen dan pelaku UMKM. Salah satu inovasi yang dihadirkan adalah penggunaan sistem pembayaran dengan menggunakan QRIS yang berfungsi sebagai standart nasional dalam transaksi non-tunai. salah satu alasan Pengembangan adalah karena pelaku UMKM harus menawarkan beberapa kode QR dari berbagai berbagai aplikasi saat melakukan pembayaran non-tunai. Hal tersebut tidak hanya merepotkan pelaku UMKM akan tetapi menyulitkan konsumen dalam melakukan pemindaian kode QR, oleh karena itu Qris hadir sebagai solusi untuk memudahkan konsumen dalam transaksi pembayaran digital melalui integrasi seluruh layanan pembayaran non-tunai ke dalam satu system (Rifani, 2024).

2. Google Maps

Google Maps memiliki potensi strategis dalam meningkatkan visibilitas serta aksesibilitas UMKM lokal. Dengan mencantumkan lokasi usaha pada platform tersebut, pelaku UMKM dapat menyajikan informasi yang lebih akurat dan mudah dijangkau oleh konsumen. Penyediaan informasi yang transparan ini turut berkontribusi dalam membangun kepercayaan konsumen serta membuka peluang peningkatan transaksi penjualan. Salah satu keunggulan pemanfaatan Google Maps terletak pada efisiensi dalam pencarian lokasi, kemudahan dalam menyimpan informasi peta, serta aksesibilitas yang tinggi karena dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Selain itu, platform ini turut memberikan pemahaman terhadap wilayah-wilayah yang belum dikenal sebelumnya dan menawarkan pembaruan data yang lebih cepat dibandingkan dengan peta konvensional (Ikerismawati,2023).

Google Maps memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM di desa Karangrejo untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka. Dengan mendaftarkan lokasi usaha ke Google Maps, pelaku UMKM dapat tampil di hasil pencarian ketika konsumen mencari produk atau layanan di sekitar wilayah Ngawi. Dengan adanya titik lokasi yang jelas di Google Maps, pelanggan dari luar desa maupun masyarakat sekitar dapat dengan mudah menemukan lokasi UMKM tanpa perlu bertanya secara manual. Google Maps tidak hanya sekadar peta digital, tetapi juga merupakan alat pemasaran gratis yang dapat dikombinasikan dengan platform lain seperti Google My Business. Melalui fitur ini, pelaku UMKM di Karangrejo bisa mengelola informasi usaha, menambahkan promosi, dan memonitor interaksi pengguna terhadap profil usaha mereka. Namun, masih banyak pelaku UMKM di desa Karangrejo yang belum memahami cara mendaftarkan usahanya di Google Maps atau belum memiliki perangkat pendukung seperti smartphone dan akses internet yang stabil. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah desa, komunitas digital, atau program pemberdayaan UMKM untuk memberikan pelatihan dan pendampingan teknis terkait digitalisasi usaha, khususnya penggunaan Google Maps.



Gambar 8. Tutorial Pembuatan Gmaps

Proses pendataan dilakukan dengan mendatangi secara langsung pelaku UMKM yang ada di desa Karangrejo dan melakukan wawancara setiap individu serta melakukan verifikasi data. Setelah data terkumpul maka akan dikelola dan dipetakan secara detail pada platform Gmaps. Peta digital tersebut akan dipublikasikan dan bisa diakses oleh setiap orang melalui perangkat digital, selain itu membantu memudahkan calon konsumen dalam mencari atau menjelajahi UMKM yang ada di desa Karangrejo Kecamatan Kendal Kabupaten Ngawi.

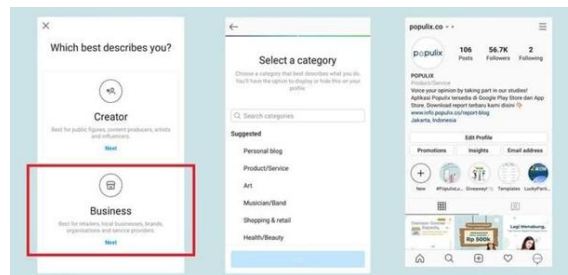
3. Sosial Media Instagram

Dalam era digital, media sosial seperti Instagram telah menjadi alat utama dalam pemasaran online yang memungkinkan pelaku usaha mempromosikan produk secara efisien khususnya bagi pelaku UMKM di desa Karangrejo. Dengan fitur-fitur visual seperti foto, video, reels, dan story, Instagram memungkinkan pelaku usaha menampilkan produk mereka secara menarik dan interaktif. Di era digital ini, penggunaan Instagram bukan hanya soal eksistensi, tetapi menjadi strategi penting dalam memperluas pasar dan membangun branding (Riswati, 2024).



Penggunaan sosial media Instagram dinilai dapat membantu meningkatkan promosi produk pelaku UMKM di desa Karangrejo Kecamatan Kendal Kabupaten Ngawi. Hal ini meenjadi media komunikasi pelaku UMKM dengan pelanggan serta memudahkan jangkauan pasar yang lebih besar. Sehingga dengan memanfaatkan sosial media instagram secara efektif dapat menjadi salah satu strategi bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan produk secara online dan dapat menarik perhatian dari calon konsumen.

Proses pendataan dilakukan dengan mendatangi secara langsung pelaku UMKM yang ada di desa Karangrejo dan melakukan wawancara setiap individu serta melakukan verifikasi data. Setelah pendataan maka dilakukanlah proses pembuatan akun sosial media disetiap individu dan diarahkan untuk mengunduh aplikasi instagram terlebih dahulu, setelah itu pelaku UMKM diarahkan untuk mendaftarkan akunnya ke akun bisnis. Kemudian pelaku UMKM memilih kategori bisnis yang sesuaidenagn jenis usaha pelaku UMKM dan menambahkan informasi yang relevan seperti nomor HP, alamat Email dan lokasi.



Gambar 9. Tutorial Pembuatan Akun Instagram Bisnis

C. Legalitas Hukum UMKM Desa Karangrejo

Legalitas adalah Status hukum yang sah secara resmi dan diakui oleh pemerintah, yang menunjukkan bahwa suatu UMKM telah memenuhi persyaratan administratif dan hukum untuk menjalankan usahanya. Dasar Hukumnya yaitu UU No.11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja Peraturan Pemerintah No.5 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko.

1. Nomor Induk Berusaha (NIB)

Nomor Induk Berusaha atau yang disingkat NIB adalah identitas pelaku usaha dalam melaksanakan kegiatan usahanya. NIB wajib dimiliki oleh pelaku usaha yang ingin mengurus izin melalui OSS (Online Single Submission) atau Perizinan Terintegrasi secara Elektronik. Dasar hukumnya adalah peraturan pemerintah no.24/2018 tentang pelayanan perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik. Pelaku usaha menggunakan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk mengidentifikasi diri dan melakukan bisnis dengan cara yang sesuai untuk industri mereka. Pelaku usaha yang ingin menggunakan OSS untuk mengurus perizinan usaha harus memiliki NIB (Yeni, 2021)

Untuk membuat Nomor Induk Berusaha (NIB), pelaku usaha perlu memenuhi beberapa persyaratan, antara lain memiliki NIK (Nomor Induk Kependudukan) dari penanggung jawab badan usaha, dokumen dan nomor pengesahan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) apabila berbentuk usaha kelompok atau perseroan, dokumen RPTKA jika menggunakan tenaga kerja asing, informasi mengenai besaran rencana penanaman modal, dasar hukum pembentukan perusahaan umum, nomor kontak usaha, permohonan fasilitas fiskal, kepabeanaan, serta fasilitas lainnya, dan juga NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) baik untuk pelaku usaha perorangan maupun kelompok.



Gambar 10. Tampilan awal website OSS untuk pengurusan NIB



Tahapan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dimulai dengan mengunjungi situs resmi OSS di <http://oss.go.id/>, kemudian membuat akun dengan mengisi seluruh data diri yang diminta dan melakukan aktivasi.

2. Sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (S-PIRT)

Sertifikasi untuk industri yang memproduksi produk makanan dan minuman dalam skala rumahan dan hanya diberikan oleh produk dengan tingkat resiko rendah untuk bisnis domestik yang bergerak di industri makanan, PIRT adalah izin sertifikasi. Melalui Dinas Kesehatan, sertifikasi diberikan oleh Wali Kota atau Bupati. Peraturan BPOM No.22 Tahun 2018 memberikan garis besar aturan tersebut. Penerbitan sertifikat ini mensertifikasi bahwa makanan yang dihasilkan oleh pemilik usaha di rumah memenuhi standar keamanan yang ditetapkan.

Menurut Pasal 111, makanan dan minuman yang disajikan kepada publik harus memenuhi peraturan kesehatan. Industri Rumah Tangga Makanan (P-IRT) merujuk pada pedoman bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam distribusi produk makanan. Istilah "PIRT" menggambarkan bisnis makanan yang memproduksi barang mereka di rumah pemilik menggunakan peralatan dapur standar. Pemilik usaha disarankan untuk memperoleh sertifikat produksi, yang juga dikenal sebagai Sertifikat Produksi Industri Rumah Tangga Makanan (SPP-IRT), untuk memasarkan produk industri rumah tangga ini.

Dasar Hukumnya adalah Undang-Undang No.18 Tahun 2012 Tentang Pangan. Peraturan BPOM No. 22 Tahun 2018 tentang Pedoman Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). Produk-produk yang memerlukan izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) meliputi berbagai jenis makanan dan minuman seperti keripik, dodol, kue, snack, bakso, sosis, minuman serbuk, sirup, minuman kemasan, sambal, kecap, bumbu instan, susu pasteurisasi, yoghurt, minyak goreng rumahan, serta produk olahan dari buah, sayur, dan peternakan. Untuk memperoleh izin PIRT, pelaku usaha harus memenuhi sejumlah persyaratan, antara lain fotokopi KTP, pas foto ukuran 3×4 sebanyak 3 lembar, surat keterangan domisili usaha, denah lokasi produksi, surat kesehatan dari puskesmas, surat izin produksi dari Dinas Kesehatan, data dan sampel produk, label produk, hasil uji laboratorium, serta sertifikat penyuluhan keamanan pangan. Izin PIRT memberikan berbagai manfaat, seperti jaminan keamanan produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, menambah nilai kompetitif produk, serta membantu pelaku usaha memenuhi kewajiban hukum yang berlaku.

3. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan sebuah proses pemeriksaan dan pengesahan bahwa suatu produk memenuhi standar halal menurut syariat Islam, dan terbebas dari unsur yang haram (dilarang) atau najis (kotor). Dasar Hukumnya yaitu Pasal 4 Undang-undang (UU) No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dan Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan.

Sertifikat halal MUI adalah salah satu bentuk fatwa dari Majelis Ulama Indonesia yang tertulis untuk menyatakan kehalalan atau kelayakan suatu produk makanan dengan standar aturan-aturan agama Islam. Melalui sertifikat halal tersebut, label HALAL akan diperbolehkan untuk dicantumkan dan ditampakkan pada kemasan dari sebuah makanan. Hasilnya yaitu kehalalan dari sebuah produk makanan akan terjamin oleh lembaga pemerintah yang berwenang. Adapun lembaga yang berwenang dan bertanggung jawab dalam menangani sertifikasi halal pada sebuah produk makanan adalah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Hal ini telah ditentukan dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, bahwasanya di antara hal yang diatur, salah satunya adalah penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (JPH) itu di bawah naungan BPJH.

Sebagai urgensi dari sertifikasi halal ini adalah Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritas Islam, sehingga konsumsi makanan juga tinggi. Oleh karena itu, agar para pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya ke publik dengan legal dan membawa keyakinan terhadap para konsumen bahwa produk makanan ini halal dan layak konsumsi, maka label halal menjadi penting.

Jalur Pendaftaran Sertifikasi halal dibagi menjadi 2 yaitu Reguler dan Self Declare. Yang digunakan dalam UMKM ini yaitu Self Declare. Self Declare didefinisikan sebagai janji yang dibuat oleh individu atau organisasi untuk mematuhi standar tertentu yang diuraikan dalam pernyataan yang dilampirkan, serta untuk menentukan siapa yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pernyataan tersebut diikuti (Arifin, 2023).



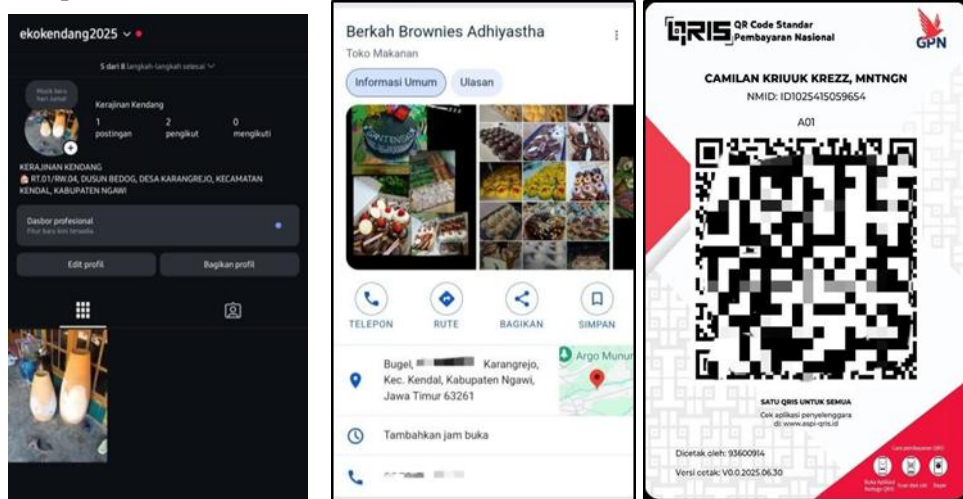
D. Hasil Pelaksanaa Program Pengabdian Masyarakat di Desa Karangrejo

UMKM harus dikembangkan karena sangat penting bagi perkembangan ekonomi masyarakat terurama di Desa Karangrejo. Hal ini sesuai dengan peran UMKM yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Selain itu.

UMKM juga sebagai salah satu fondasi utama perekonomian nasional dan menunjukkan keberpihakan pemerintah pada kelompok usaha kecil pada masyarakat, sehingga UMKM harus diberi kesempatan, dukungan, perlindungan, dan peluang pertumbuhan yang paling besar. Melalui hal tersebut, maka Program pengabdian masyarakat ini dari awal hingga kegiatan inti yang dilakukan selama 40 hari yang memusatkan pada pengembangan dan peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Karangrejo Kecamatan Kendal Kabupaten Ngawi yang berfokus pada Digitalisasi memuat Qris, Maps, dan Sosial Media serta berfokus pada Legalitas Usaha memuat NIB, PIRT dan Sertifikasi Halal. Sebelum observasi dimulai, UMKM pada Desa Karangrejo memiliki potensi jika dikembangkan secara signifikan. Namun, mayoritas pelaku UMKM di desa ini masih konservatif dan tidak mengetahui hal-hal mengenai digital dan legalitas usaha.

Tahapan awal untuk mengetahui asset dan potensi yang dimiliki pada masyarakat di Desa Karangrejo ialah melakukan observasi secara intensif kepada tiap-tiap pelaku UMKM, data yang diambil dari 5 Dusun yakni Dusun Ngadipiro, Dusun Bedog, Dusun Bugel, Dusun Geneng dan Dusun Campurejo menunjukkan bahwa sebanyak 83 UMKM yang ada di Desa ini. Setelah melakukan observasi dan menyaring data yang menunjukkan bahwa terdapat 50 UMKM yang berpotensi untuk mengembangkan dan meningkatkan usahanya baik melalui Digitalisasi maupun Legalitas usaha. Jika diperinci UMKM yang meminta dibuatkan mengenai Digitalisasi Google Maps dengan total 41 UMKM, Qris dengan total 24 UMKM, dan Sosial Media Instagram dengan total 20 UMKM. Adapun perincian UMKM yang membutuhkan Legalitas ialah, NIB dengan total 24 UMKM, PIRT dengan total 14 UMKM, dan Sertifikasi Halal dengan total 9 UMKM.

Berikut merupakan sampel hasil dari Digitalisasi yang dilakukan oleh tim Pengabdian Masyarakat Kelompok 114 UINSA di Desa Karangrejo;



Selain program kerja tentang digitalisasi, program kerja lain yakni Legalitas yang sangat diperlukan bagi para pelaku UMKM untuk menjadi payung hukum dan identitas bagi usahanya, yang dimana dalam hal ini di Desa Karangrejo masih banyak masyarakat yang tidak mempunyai legalitas untuk usahanya, sehingga mahasiswa pengabdian masyarakat kelompok 114 UINSA melakukan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dan Sertifikasi Halal serta terdapat Workshop mengenai pengetahuan pembuatan Legalitas tentang prosedur, manfaat, dan dasar hukum dari Legalitas itu sendiri.



Berikut sampel hasil pembuatan Legalitas pada UMKM di Desa Karangrejo;



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0107250113287

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

| | |
|--|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : REBIANTO |
| 2. Alamat | : GENENG, RT2 RW1, DESA KARANGREJO, KECAMATAN KENDAL., Desa/Kelurahan Karangrejo, Kec. Kendal, Kab. Ngawi, Provinsi Jawa Timur |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : |
| Email | : rebiantobel@gmail.com |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai persetujuan penggunaan tanda Standar Nasional Indonesia (SNI) berdasarkan pernyataan mandiri Pelaku Usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 1 Juli 2025

**Menteri Investasi dan Hilirisasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 12 Juli 2025

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Pada proses pembuatan sertifikasi halal, terdapat dua jalur yakni jalur reguler dan jalur self-declare, untuk pembuatan sertifikasi halal pada UMKM di Desa Karangrejo menggunakan jalur self-declare yang merupakan jalur mudah dan efektif karena tahapannya yang tidak rumit untuk pelaku usaha kecil dengan pendampingan dan validasi oleh Pendamping Proses Produk Halal (PPH). Namun, untuk penerbitan sertifikasi halal itu sendiri membutuhkan waktu yang panjang karena banyaknya usaha-usaha pada daerah lain dan menunggu sidang fatwa oleh Komite fatwa untuk memutuskan hasil halal pada produk tersebut. Sebagai gantinya, maka dicantumkan berkas Surat Tanda Terima Dokumen. Dokumen ini sebagai tanda jika produk tersebut sudah di verval oleh pendamping dan kemungkinan besar produk tersebut akan disetujui oleh fatwa MUI bahwa produk layak untuk mendapatkan sertifikasi halal.



Gambar 11. STTD pada pelaku usaha MADUMONGSO di Dusun Bugel

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat oleh kelompok 114 UINSA dengan program pengembangan UMKM di desa Karangrejo kabupaten Ngawi, baik itu pada ranah digitalisasi maupun legalisasi, merupakan langkah atau usaha nyata dalam mendukung peningkatan value UMKM pada desa tersebut, sekaligus membangun fondasi utama perekonomian negara. Program digitalisasi seperti pendaftaran lokasi usaha pada aplikasi Google Maps bertujuan untuk membantunya dalam meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM lokal di ranah digital. Pembuatan QRIS juga menjadi sebuah pilihan agar UMKM di desa tersebut dapat mengikuti perkembangan zaman dalam hal transaksi pembayaran, sehingga pelaku UMKM butuh untuk meningkatkan fleksibilitas transaksi pembayaran, seperti transaksi secara offline/tunai maupun online/non-tunai. Begitu juga dengan digitalisasi pada kanal sosial media Instagram, yaitu membantu para pelaku usaha untuk meningkatkan pasar dan daya saing penjualan melalui pemasaran via online, sehingga penjualan dapat menyebar kepada publik secara luas.

Adapun program legalisasi yang dilaksanakan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini juga bertujuan untuk memberikan legalitas pada UMKM lokal, sehingga bisa terkendali dalam naungan hukum dan memiliki identitas secara legal. Pembuatan NIB merupakan salah satu bentuk implementasi dalam peningkatan kualitas UMKM,

dikarenakan izin legal, identitas usaha dapat terjamin, sekaligus akses kemitraan bisnis lebih mudah ditingkatkan. PIRT juga menjadi penting untuk dibantukan kepada masyarakat dikarenakan untuk menjamin ketahanan pangan pada usaha makanan atau minuman dengan skala kecil. Begitu juga dengan sertifikasi Halal, Indonesia sebagai negara yang mayoritas beragama Islam maka dengan memberikan label Halal adalah cara yang ampuh dalam meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, H. (2023). Analisis Sistem Sertifikasi Halal Kategori Self Declare. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(5), 1173-1180.
- Armiani, A., Nursansiwati, D. A., Wardah, S., Prathama, B. D., Kartini, E., & Fauzi, A. K. (2022). Legalitas usaha dan digitalisasi menjadi faktor keberlanjutan UMKM pada masa new normal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(2), 145-154.
- Ikerismawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Seban Kota Pasuruan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1294-1302.
- Kurniawan, D., Putri, N. A., Novitasari, S., Hawa'Octaviani, S., Billah, M. T., & Zawawi, Z. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing dan Legalitas Usaha UMKM untuk Meningkatkan Mengembangkan UMKM Desa Banjaragung Kecamatan Bareng Jombang Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 2(2), 102-112.



- Legalitas.org, “Panduan Lengkap & Prosedur Dalam Mengurus Sertifikat Halal,” Legalitas.org, diakses 21 Juli 2025, <https://legalitas.org/tulisan/panduan-mengurus-sertifikat-halal>.
- M Helmi Umam Agus Afandi, Nabiela Laily, Noor Wahyudi, (2015). *Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Direktorat Jenderal Pendidikan Islam KEMENGAG RI
- Rifani, R. A. (2023). Penerapan Sistem Pembayaran QRIS pada Sektor UMKM di Kota Parepare. *Amsir Accounting & Finance Journal*, 1(1), 16-23.
- Riswati, B. M., Sukarno, G., Warmana, O., & Zawawi, Z. (2024). Pelatihan penerapan digital marketing melalui media sosial Instagram dan e-commerce pada UMKM Penjaringan Sari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 880-885.
- Sindi, P. P., & Wafa, Z. (2024). Transformasi Digital UMKM: Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Berbasis AIDA Pada UMKM Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1.1), 235-240.
- Wijaya, S., Afifah, Y. D. N., Permana, O., Muzzaky, M. A., Fazriyah, L., Saputra, M. F., & Lestari, L. P. (2023). Legalitas dan digitalisasi umkm blangkon pacul gowang dan pakaian adat di Desa Sawocangkring Sidoarjo untuk mendukung SDGs. *Open Community Service Journal*, 2(2), 100-112.
- Yeni, M., & Yanti, I. D. (2021). Kegiatan pendampingan, pembuatan nomor induk berusaha (nib) melalui online single submission (oss) bagi anggota koperasi permaisuri mandiri di Kota Banda Aceh. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(3), 175-188.
- Zairina, N., & Wafa, Z. (2023). Penguatan Legalitas Usaha dan Digitalisasi pada UMKM di Kecamatan Sedayu. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 4121-4128