

## PENELITIAN ASLI

# TRANSFORMASI UMKM MENUJU GO DIGITAL: STRATEGI PEMASARAN, PENCATATAN KEUANGAN, DAN KEPATUHAN HUKUM DI KELURAHAN TEGAL REJO

Roberto Roy Purba<sup>1</sup>, Heri Enjang Syahputra<sup>2</sup>, Rolando Marpaung<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sari Mutiara Indonesia, Medan, Sumatera Utara, 20123, Indonesia*

<sup>3</sup>*Fakultas Hukum, Universitas Sari Mutiara Indonesia, Medan, Sumatera Utara, 20123, Indonesia*

### Info Artikel

Riwayat Artikel:  
Diterima: 16 Juni 2025  
Direvisi: 23 Juni 2025  
Diterima: 29 Juni 2025  
Diterbitkan: 09 Juli 2025

**Kata kunci:** Pemasaran Digital,  
Manajemen Keuangan, Legalitas,  
Oss

**Penulis Korespondensi:** Roberto  
Roy Purba  
Email: [robertoroypurba@gmail.com](mailto:robertoroypurba@gmail.com)

### Abstrak

**Latar belakang:** UMKM di Kelurahan Tegal Rejo memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam hal pemasaran, pencatatan keuangan, dan legalitas usaha. Banyak pelaku UMKM belum memanfaatkan media digital secara optimal untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, pencatatan keuangan yang belum tertata rapi dan minimnya pemahaman tentang perizinan usaha menjadi kendala dalam pengembangan usaha. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas UMKM melalui pelatihan terpadu di bidang pemasaran digital, manajemen keuangan, dan legalitas usaha agar mereka lebih kompetitif dan berdaya saing.

**Tujuan:** Meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Kelurahan Tegal Rejo dalam memanfaatkan digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar, Memberikan pelatihan manajemen keuangan sederhana agar UMKM mampu menyusun laporan keuangan dasar secara mandiri dan terstruktur, Mendorong pelaku UMKM untuk memahami pentingnya legalitas usaha serta membantu proses perizinan melalui sistem OSS (*Online Single Submission*) serta membangun kemandirian dan daya saing UMKM lokal agar dapat berkembang secara berkelanjutan dalam ekosistem ekonomi digital dan formal.

**Metode:** Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan edukasi melalui sosialisasi dan partisipasi aktif serta workshop Digital Marketing menggunakan media sosial dan marketplace, Pencatatan keuangan menggunakan Aplikasi pengelola keuangan serta pembuatan legalitas Usaha.

**Hasil:** Masyarakat mampu mempromosikan usaha menggunakan Media sosial, mampu melakukan Pencatatan keuangan sederhana dan memiliki legalitas usaha.

**Kesimpulan:** Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Tegal Rejo telah

---

memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM. Masyarakat peserta pelatihan kini mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif untuk meningkatkan jangkauan pasar. Selain itu, mereka juga telah memiliki pemahaman dan keterampilan dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana untuk mengelola keuangan usaha secara lebih tertib. Tidak hanya itu, sebagian besar peserta berhasil memperoleh legalitas usaha melalui sistem OSS, sehingga usaha yang dijalankan menjadi lebih formal dan terlindungi secara hukum. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas UMKM secara menyeluruh dalam aspek pemasaran digital, manajemen keuangan, dan legalitas usaha

---

**Jurnal Abdimas Mutiara**  
e-ISSN: 2722-7758  
Vol. 06 No.02, Juli, 2025 (P258-267)

Homepage: <https://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/7>

DOI: <https://10.51544/jam.v6i2.6176>



Copyright © 2025 by the Authors, Published by Program Studi: Sistem Informasi Fakultas Sain dan Teknologi Informasi Universitas Sari Mutiara Indonesia. This is an open access article under the CC BY-SA Licence ([Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](#)).

---

## 1. Pendahuluan

UMKM di Kelurahan Tegal Rejo memiliki potensi strategis sebagai motor penggerak ekonomi lokal. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum mengoptimalkan pemanfaatan media digital untuk memasarkan produk. Junida Sari & Juliana Putri (2022) menyatakan bahwa strategi digital marketing melalui media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan UMKM secara signifikan. Selain itu, Laras Sirly Safitri et al. (2020) menunjukkan rentannya UMKM dalam memanfaatkan m-commerce akibat minimnya pemahaman teknis. Hal ini mengakibatkan pangsa pasar UMKM cenderung terbatas di wilayah lokal. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa penguatan kapasitas pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan lokal. Kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menjembatani kesenjangan tersebut.

Pencatatan keuangan sederhana menjadi aspek kritis dalam manajemen usaha kecil. Banyak UMKM belum menerapkan pelaporan keuangan yang tertata, sehingga sulit mengukur profitabilitas dan pertumbuhan usaha. Penelitian Chintia Elvitasari et al. (2022) mencatat bahwa pendampingan dalam pencatatan keuangan digital melalui aplikasi khusus terbukti memperbaiki tata kelola keuangan pelaku UMKM. Tanpa pencatatan yang memadai, pelaku usaha tidak dapat memenuhi persyaratan perizinan berbasis omzet seperti NPWP atau NIB. Kondisi ini menjadi penghambat dalam akses pembiayaan formal. Oleh sebab itu, modul manajemen keuangan

sederhana perlu diintegrasikan dalam pelatihan UMKM. Ini akan menjadi fondasi kuat dalam membangun usaha yang berkelanjutan.

Legalitas usaha melalui perizinan resmi seperti NIB dan OSS juga masih rendah di Kelurahan Tegal Rejo. Titin Krisnawati et al. (2023) mencatat perlunya pendampingan intensif agar pelaku UMKM berhasil memperoleh legalitas usaha melalui OSS. Selain aspek tata kelola, sertifikasi ini memberikan perlindungan hukum dan memudahkan akses pasar. Anita Dwi Setiyawati et al. (2025) menambahkan bahwa sosialisasi dan bimbingan teknis terhadap NIB sangat efektif meningkatkan pemahaman UMKM. Dengan legalitas, UMKM dapat menjadi peserta resmi dalam kegiatan ekonomi formal. Namun, pendekatan yang berkelanjutan masih jarang dilaksanakan. Oleh karena itu, intervensi terpadu yang menggabungkan aspek legal dan teknis sangat dibutuhkan.

Penguatan kapasitas UMKM melalui program terpadu digital marketing, manajemen keuangan, dan legalitas memiliki potensi transformasi signifikan. Udin Samsudin et al. (2022) dalam studi pada UMKM Baso Viral menunjukkan bahwa integrasi ketiga aspek ini mampu meningkatkan profesionalisme dan daya saing usaha lokal. Hal tersebut menjadi bukti empiris bahwa pendampingan multifaset memberikan hasil lebih baik dibanding tunggal intervensi. Untuk Kelurahan Tegal Rejo, program semacam ini bisa menjadi blueprint pengembangan UMKM yang lebih sistematis. Pendekatan kolaboratif antara kampus, kelurahan, dan *stakeholder* lokal akan menciptakan ekosistem pembelajaran nyata. Hal ini sejalan dengan tuntutan pengabdian masyarakat berbasis kebutuhan riil. Dengan demikian, kegiatan yang diusulkan sangat relevan dan strategis.

Pelatihan digital marketing harus dirancang sesuai karakteristik UMKM di kawasan padat seperti Tegal Rejo. Laras Sirly Safitri et al. (2020) mencatat bahwa kendala utama dalam pendekatan digital marketing adalah keterbatasan literasi digital pelaku usaha. Oleh karena itu, pelatihan perlu menggunakan metode partisipatif dan aplikatif. Konten pelatihan disesuaikan dengan sumber daya sederhana seperti smartphone dan platform gratis (*WhatsApp, Instagram, Shopee*). Pendekatan ini lebih mudah diakses pelaku UMKM harian. Dengan pelatihan tepat guna, manfaat digital marketing dapat langsung dipraktikkan. Hasilnya adalah meningkatnya jangkauan pasar dan interaksi dengan konsumen.

Aspek pencatatan keuangan juga harus hadir dalam modul literasi UMKM. Pendekatan ini sejalan dengan studi Chintia Elvitasisari et al. (2022) yang menekankan keefektifan aplikasi pencatatan digita. Modul dibuat sederhana dan mendalam agar pelaku UMKM paham pentingnya input data setiap hari. Pendampingan langsung akan meminimalisir kesalahan pencatatan. Disamping itu, pencatatan ini memberi bahan dasar untuk penilaian usaha. Sehingga UMKM dapat merencanakan ekspansi dan manajemen modal. Integrasi dengan keperluan pajak dan laporan izin usaha makin relevan.

Legalitas usaha menjadi aspek yang mendukung keberlanjutan usaha formal. Titin Krisnawati et al. (2023) menunjukkan bahwa pelatihan OSS tidak hanya

memudahkan NIB, namun juga menciptakan akses pembiayaan dan perlindungan hukum bagi UMKM. Dengan legalitas, pelaku UMKM lebih percaya diri berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi formal. Legalitas juga memudahkan akses pembinaan dan pemberdayaan dari pemerintah. Proses ini menjadi modal bagi usaha naik kelas. Oleh karena itu, pendampingan legal perlu menjadi prioritas dalam program pengabdian.

Intervensi terpadu antara ketiga aspek ini membutuhkan metode kombinasi pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Model pelatihan partisipatif dipadukan dengan praktik langsung di lapangan memastikan transfer pengetahuan lebih efektif. Pendampingan lanjutan akan memastikan keberlanjutan implementasi. Evaluasi dilakukan berbasis indikator luaran nyata: akun digital aktif, laporan keuangan sederhana, dan NIB teregistrasi. Aktivitas ini juga membuka peluang publikasi dan pengembangan modul pengabdian. Pendekatan ini terbukti dalam program sebelumnya (Udin Samsudin et al., 2022) mampu menciptakan model replikasi optimal.

Kegiatan ini juga berkontribusi pada peningkatan kapasitas kelembagaan kelurahan. Keberhasilan pelatihan UMKM mencerminkan keberfungsian pemerintah lokal. Hal ini sesuai arah kebijakan desa/kelurahan mandiri dan UMKM naik kelas. Selain itu, kolaborasi dengan akademisi memberi nilai tambah kompetensi sumber daya manusia lokal. Diharapkan keberlanjutan program dapat diintegrasikan dalam kegiatan rutin kelurahan. Ini akan menciptakan efek jangka panjang. Sehingga UMKM Tegal Rejo menjadi contoh pengembangan usaha daerah.

Kesimpulannya, penguatan kapasitas UMKM dalam digital marketing, manajemen keuangan, dan legalitas di Kelurahan Tegal Rejo sangat relevan dan strategis. Pendekatan berbasis kebutuhan lokal dan terbukti secara akademis menjadi dasar intervensi efektif. Diharapkan program ini menghasilkan perubahan signifikan dalam kemandirian dan daya saing UMKM. Selain itu juga mendorong keterlibatan aktif *stakeholder* lokal. Implementasi kegiatan ini diharapkan memberi dampak sistemik dan sustainability.

## 2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif yang berfokus pada keterlibatan aktif pelaku UMKM serta pemberian edukasi praktis sesuai kebutuhan lapangan. Tahapan pelaksanaan kegiatan dimulai dengan observasi dan identifikasi kebutuhan. Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan survei awal untuk memetakan kondisi UMKM di Kelurahan Tegal Rejo, termasuk tantangan yang mereka hadapi dalam aspek pemasaran digital, pengelolaan keuangan usaha, dan status legalitas. Hasil observasi digunakan sebagai dasar dalam merancang materi pelatihan yang kontekstual dan aplikatif.

Tahap berikutnya adalah sosialisasi program kepada pelaku UMKM dan aparatur kelurahan. Sosialisasi ini bertujuan untuk memperkenalkan tujuan, manfaat, dan jadwal pelaksanaan kegiatan secara terbuka, sekaligus menggalang partisipasi aktif

dari peserta. Setelah itu, kegiatan inti dilaksanakan melalui pelatihan dan workshop yang terbagi dalam tiga topik utama. Pertama, pelatihan pemasaran digital yang difokuskan pada penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business sebagai sarana promosi produk. Kedua, workshop manajemen keuangan sederhana yang mencakup pencatatan kas masuk dan keluar, serta penyusunan laporan laba rugi secara manual maupun digital.

Ketiga, dilakukan pendampingan legalitas usaha melalui bimbingan teknis pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan perizinan usaha lainnya menggunakan platform Online Single Submission (OSS) berbasis risiko. Setelah sesi pelatihan selesai, peserta mendapatkan pendampingan lanjutan untuk mengimplementasikan hasil pelatihan secara langsung di unit usaha masing-masing. Tim pengabdian juga melakukan evaluasi untuk mengukur perubahan pengetahuan, keterampilan, serta keberhasilan proses legalisasi yang telah dijalani peserta.

Luaran kegiatan yang ditargetkan meliputi terciptanya UMKM binaan yang aktif memanfaatkan media sosial untuk promosi, memiliki pencatatan keuangan dasar yang tertib, dan telah mengantongi legalitas usaha resmi melalui OSS. Dengan metode ini, kegiatan pengabdian diharapkan tidak hanya memberikan pengetahuan sesaat, tetapi juga membangun kapasitas usaha yang berkelanjutan dan mandiri di lingkungan Kelurahan Tegal Rejo

### **3. Hasil**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan hasil yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM di Kelurahan Tegal Rejo. Dari pelatihan pemasaran digital, mayoritas peserta (90%) telah berhasil membuat dan mengelola akun bisnis di media sosial seperti WhatsApp Business dan Instagram. Mereka menunjukkan peningkatan kemampuan dalam membuat konten promosi yang menarik dan relevan dengan produk yang dijual. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Apriliyanti & Setiawan (2022) yang menyatakan bahwa pelatihan media sosial secara langsung meningkatkan eksposur digital dan volume penjualan UMKM secara signifikan.

Di bidang manajemen keuangan, sekitar 80% peserta mulai rutin mencatat arus kas masuk dan keluar menggunakan format sederhana yang diberikan dalam workshop. Ini menunjukkan perubahan perilaku keuangan pelaku UMKM yang sebelumnya tidak memiliki sistem pencatatan. Pencatatan ini penting sebagai dasar pengambilan keputusan usaha, sebagaimana dijelaskan oleh Pramudito dan Lestari (2021) bahwa pencatatan keuangan sederhana mampu meningkatkan efisiensi dan profitabilitas UMKM.

Sementara itu, hasil pada aspek legalitas usaha juga sangat positif. Sebanyak 75% peserta yang sebelumnya belum memiliki izin, telah berhasil membuat Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS berbasis risiko. Proses ini menunjukkan peningkatan literasi hukum dan administratif pelaku UMKM. Penelitian oleh Siregar dan Hasibuan (2023) menegaskan bahwa legalitas formal usaha menjadi faktor

penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan akses pembiayaan formal dari lembaga keuangan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis edukasi praktis dan pendampingan langsung sangat efektif dalam meningkatkan kapabilitas UMKM. Hal ini memperkuat temuan dari Widyaningsih et al. (2020) bahwa program pemberdayaan UMKM yang berkelanjutan harus mencakup aspek literasi digital, finansial, dan hukum secara bersamaan. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan jangka pendek, tetapi juga mendorong transformasi manajerial dalam pengelolaan usaha masyarakat secara mandiri dan berdaya saing.

#### 4. Pembahasan

Pelatihan pemasaran digital berhasil membuka wawasan baru bagi pelaku UMKM di Tegal Rejo, terbukti dari 90% peserta mampu membuat akun bisnis di media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Pebrina Swissia et al. (2024) yang menunjukkan bahwa literasi digital signifikan meningkatkan penggunaan platform seperti Instagram dan WhatsApp Business dalam memperluas pasar UMKM. Selain itu, mereka mampu memproduksi konten promosi yang lebih menarik dan relevan. Dampak ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung sangat tepat dan aplikatif. UMKM kini tidak hanya bergantung pada promosi offline, tetapi juga mulai mengakses pelanggan digital. Dengan demikian, digitalisasi promosi terbukti efektif mendorong pertumbuhan usaha lokal.

Sebanyak 80% peserta mulai rutin mencatat arus kas masuk dan keluar setelah mengikuti workshop pencatatan keuangan sederhana. Temuan ini diperkuat oleh studi Puji Rahayu & Eni Srihastuti (2025) di Desa Campursari, yang mendapati pelatihan literasi keuangan menghasilkan peningkatan signifikan dalam pencatatan transaksi dan pemisahan keuangan bisnis–pribadi. Pencatatan tersebut memfasilitasi proses evaluasi usaha dan mendukung perencanaan keuangan yang lebih matang. Keteraturan pengelolaan keuangan berdampak langsung pada kemampuan UMKM mengontrol biaya dan memaksimalkan keuntungan. Hal ini menunjukkan bahwa modul manajemen keuangan sederhana sangat relevan dan dibutuhkan.

Sebanyak 75% peserta berhasil memperoleh NIB melalui OSS setelah pendampingan, memperlihatkan keberhasilan pendekatan teknis yang diberikan. Hal ini konsisten dengan hasil pendampingan di Desa Cilimus oleh Khaidarmansyah et al. (2023), yang menyatakan bahwa sosialisasi dan bimbingan teknis sukses menaikkan pemahaman pentingnya legalitas usaha. Legalitas ini mempermudah akses ke pasar formal, perlindungan hukum, dan dukungan pembiayaan. Keberhasilan ini memperlihatkan pentingnya integrasi edukasi dan layanan teknis dalam program pemberdayaan UMKM di tingkat kelurahan. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa sistem OSS dapat digunakan secara optimal bila dibarengi pendampingan langsung.

Hasilnya menunjukkan bahwa pendampingan tidak hanya meningkatkan legalitas usaha, tetapi juga rasa percaya diri pelaku UMKM. Studi Safira et al. (2024) di

Kedungbendo menemukan bahwa bimbingan teknis OSS meningkatkan kemandirian UMKM dalam proses pengurusan NIB. Rasa percaya ini penting agar pelaku usaha tidak tergantung pada mediator dalam menjalankan usaha mereka secara legal. Selain itu, kepercayaan ini mendorong kemampuan negosiasi dan partisipasi dalam program pemerintah. Intervensi yang fokus pada skill teknis dan mental memberikan dampak jangka panjang bagi UMKM lokal.

Pendekatan yang mengintegrasikan pemasaran digital, pencatatan keuangan, dan legalitas terbukti efektif meningkatkan kapasitas UMKM secara komprehensif. Nurul Zairina et al. (2023) dalam studi di Sedayu menemukan hasil serupa, yakni UMKM yang mengikuti program terpadu tersebut memperoleh legalitas usaha serta berhasil mendigitalisasi promosi usaha. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi multifaset memberikan dampak lebih kuat dibanding program tunggal. Pendekatan ini juga menciptakan fondasi usaha yang lebih profesional dan siap berkembang.

Setelah pelatihan, para pelaku UMKM dapat mengakses media sosial, perangkat pencatatan keuangan, serta mengurus legalitas usaha secara mandiri. Hasil ini sejalan dengan penelitian Putri et al. (2024) yang menunjukkan bahwa UMKM Smoothies Mluber berhasil melalui proses OSS mandiri. Kemandirian ini menandakan efisiensi biaya dan waktu, serta mengurangi ketergantungan pada pihak eksternal. Dengan begitu, pelaku UMKM memiliki kemampuan dasar yang kuat untuk mengembangkan usaha lebih lanjut.

Metode pembelajaran yang interaktif—meliputi sosialisasi, praktik langsung, dan pendampingan satu-satu—ternyata dihargai tinggi oleh peserta. Hal ini sejalan dengan temuan Pebrina Swissia et al. (2024), yang mencatat bahwa metode partisipatif sangat efektif meningkatkan literasi digital dan keuangan. Peserta merasa diberdayakan, bukan hanya sekadar penerima materi. Mereka mampu mengajukan pertanyaan dan mendapat umpan balik langsung saat praktik. Model ini menciptakan lingkungan belajar kolaboratif yang mendukung keberlanjutan program.

Berdasarkan hasil ini, disarankan agar program serupa direplikasi di kelurahan lain dengan karakteristik serupa. Model pelatihan kombinasi digital marketing, keuangan, dan legalitas dapat menjadi standar program UMKM terintegrasi. Pendampingan OSS perlu dipenuhi rutin dalam jangka waktu tertentu agar legalitas usaha terus terjaga. Program berkelanjutan juga perlu mendapatkan dukungan dari pihak kelurahan dan lembaga keuangan mikro. Kolaborasi antara akademisi dan pemerintah lokal akan memperkuat kapasitas UMKM, sesuai pola sukses yang terbukti.

## 5. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kelurahan Tegal Rejo dalam tiga aspek penting, yaitu pemasaran digital, manajemen keuangan sederhana, dan legalitas usaha. Pelatihan yang diberikan telah mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial secara efektif dalam mempromosikan produk, mencatat keuangan usaha secara rapi, serta mengurus

Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS berbasis risiko. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian peserta dalam menjalankan usaha secara lebih profesional dan terstruktur. Keberhasilan ini memperlihatkan bahwa pendekatan partisipatif dan edukatif dalam pendampingan UMKM sangat relevan dengan kebutuhan lapangan. Selain itu, sinergi antara tim akademisi, aparatur kelurahan, dan pelaku usaha menjadi kunci utama dalam mencapai tujuan kegiatan ini. Diharapkan kegiatan serupa dapat direplikasi di wilayah lain untuk memperluas dampak pemberdayaan ekonomi masyarakat.

## 6. Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lurah Tegal Rejo beserta jajaran aparatur kelurahan yang telah memberikan dukungan dan fasilitasi selama kegiatan ini berlangsung. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh pelaku UMKM di Kelurahan Tegal Rejo yang telah berpartisipasi aktif dan antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan.

Tak lupa, kami menyampaikan apresiasi kepada pihak Universitas Sari Mutiara Indonesia, khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), atas dukungan dan kepercayaannya dalam pelaksanaan program ini. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi penguatan usaha masyarakat serta menjadi kontribusi nyata dalam membangun ekonomi lokal yang tangguh dan berdaya saing.

## 7. Referensi

- Apriliyanti, R., & Setiawan, A. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Optimalisasi Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(2), 112–119.
- Elvitasisari C., Nilam Sari D., Actakiya H., Andriani E.S., Fatonah S., Yusuf M., Rafikayati A. (2022). *Sosialisasi Serta Pendampingan Pengurusan Nomor Izin Berusaha (NIB) melalui Online Single Submission (OSS) Guna Mendapatkan Legalitas bagi Pelaku UMKM Desa Jenggot*. Ekobis Abdimas.
- Ginting, R. U., Hasibuan, R., & Purba, R. R. (2024). Peningkatan Pendapatan Pengrajin Batik Mangrove melalui Digital Marketing. Pelita Masyarakat, 6(1). <https://doi.org/10.31289/pelitamasyarakat.v6i1.12714>
- Khaidarmansyah, K., Nurhayati, N., & Firdaus, F. (2023). Pendampingan Legalitas UMKM melalui OSS Berbasis Risiko. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 115–123. <https://doi.org/10.53846/jabdi.v5i2.5734>
- Krisnawati T., Iskak M., Dhany U.R., Izzah N., Septiana M.D. (2023). *Membangun UMKM melalui Pengurusan Izin Usaha di Era Digital*. Integritas,
- Maimunah, S., Prayoga, A., Aruan, D.G.R., & Purba, R.R. (2024). Utilization of Controlled Oven Drying Method to Produce Export Quality of Coffee Peel and

Beans (Coffea arabica L.). *Jurnal Pembelajaran dan Biologi Nukleus*, 10(3), 1063-1072. <https://doi.org/10.36987/jpbn.v10i3.6327>

Pebrina Swissia, A., Widya, R., & Elharahap, Z. (2024). Pemberdayaan Pelaku UMKM melalui Literasi Digital di Era Industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri*, 8(1), 45–52. <https://doi.org/10.32478/jpmtb.v8i1.132>

Pramudito, A., & Lestari, N. (2021). Literasi Keuangan dan Kinerja UMKM: Studi pada UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 45–53.

Putri, R. D., Sari, L. P., & Nugroho, T. (2024). Legalitas dan Pemasaran UMKM Smoothies Mluber melalui Pendampingan OSS dan Digital Branding. *Jurnal Pengabdian Insan Mulia*, 2(1), 28–35. <https://doi.org/10.56745/jpim.v2i1.120>

Rahayu, P., & Srihastuti, E. (2025). Literasi Keuangan UMKM dalam Peningkatan Manajemen Usaha di Masa Pandemi. *Nuansa Akademik: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2), 89–97. <https://doi.org/10.33061/na.v7i2.2640>

Safira, M., Budiarto, A., & Ismail, R. (2024). Meningkatkan Kemandirian Pelaku Usaha melalui Pelatihan Legalitas OSS RBA. *Praxis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 60–67. <https://doi.org/10.53628/praxis.v6i1.1086>

Safitri L.S., Rahayu W.E., Purwasih R., Sobari E., Destiana I.D. (2020). *Pengenalan Digital Marketing dan M-Commerce pada Pelaku UMKM Keripik Singkong di Kabupaten Subang*. JPPM.

Samsudin U., Nurjanah S., Zamuri S.A., Oktaviani N. (2022). *Pengembangan Dan Optimalisasi Pemasaran Digital Pada UMKM Baso Viral Teh Novi*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*

Sari J., Putri J.P. (2022). *Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Indonesia*. Al-Iqtishād

Simanjuntak, P, D, O., Purba, R, R. (2024). Analysis Of The Influence Of Digital Marketing Strategy Through Search Engine Optimization (SEO) In Increasing Sales Of Msme Products In Indonesia. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(4). doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i4>

Simanjuntak, O. D. P., Purba, R. R., & Siregar, M. (2024). Pengaruh Word of Mouth dan Gaya Hidup Terhadap Minat menabung di Bank Central Asia KCP Iskandar Muda, Medan. *JURNAL MUTIARA MANAJEMEN*, 9(1), 121–128. <https://doi.org/10.51544/jmm.v9i1.5197>

Siregar, A. H., & Hasibuan, N. R. (2023). Legalitas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Peningkatan Daya Saing di Era Digital. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 5(1), 27–36.

Widyaningsih, S., Rahmawati, A., & Putri, D. R. (2020). Strategi Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Keuangan, Pemasaran Digital, dan Legalitas Usaha. *Jurnal Abdimas Madani*, 2(1), 18–25.

Zairina, N., Susanto, H., & Riyanto, B. (2023). Digitalisasi UMKM dan Peningkatan Kapasitas Kelembagaan Usaha. *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 211–218. <https://doi.org/10.35138/jpkm.v4i3.1930>