

**PENDAMPINGAN PENGELOLAAN UMKM DESA BATU HIJAU DALAM UPAYA
PENINGKATAN MUTU DAN PROMOSI PRODUK**

*Assistance in the Management of MSME's Batu Hijau Village in an Effort to Improve Quality and
Product Promotion*

Muh. Sabir Mustafa^{1*}, Parmin Ishak², Musafir³, Nur Lazimatul Hilma Sholehah⁴

^{1,2}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ichsan Gorontalo,

Jl. Drs. Achmad Nadjamuddin No.17 Kota Gorontalo – Kotak Pos No. 96135 – Gorontalo (0435) 831247

^{3,4}Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ichsan Gorontalo Utara

Jl. Trans Sulawesi, Moluo, Kwandang, Kab.Gorontalo Utara – Gorontalo

*e-mail korespondensi: sabir.sidrap@gmail.com

ABSTRAK

Desa Batu Hijau memiliki hasil laut berupa cumi yang melimpah dan telah dikembangkan menjadi produk olahan seperti Sambal Cumi dan Kripik Cumi oleh Karang Taruna yang terbagi dalam 6 kelompok UMKM Desa Batu Hijau. Namun, hasil produksi olahan cumi tersebut masih kurang maksimal karena keterbatasan pemahaman kelompok UMKM terhadap pengelolaan dan pengembangan usaha serta ketiadaan legalitas usaha, yang menyebabkan vakumnya produksi sejak tahun 2020. Tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan kelompok UMKM dalam pemasaran digital, pembuatan merek, dan pengurusan legalitas usaha, guna memperkuat keberlanjutan usaha mereka dan memaksimalkan potensi ekonomi desa. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi pelatihan dan pendampingan intensif terkait digital marketing, branding, serta proses perolehan legalitas usaha. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan keahlian kelompok UMKM, terutama dalam pembuatan e-mail, sosial media bisnis, website, desain merek dan label, image ads, serta pendaftaran legalitas usaha seperti NIB dan PIRT.

Kata Kunci: branding, digital marketing, legalitas usaha, produk olahan cumi

ABSTRACT

Batu hijau village has squid marine products in abundance and it has been processed into squid sambal and chips by Karang Taruna, that was exist in 6 groups of UMKM Batu hujan village. However, the production of these squid-based products has been suboptimal due to the limited understanding of business management and development among the MSME groups, coupled with the absence of business legality, leading to the suspension of production since 2020. The objective of this community service project is to enhance the understanding and skills of the MSME groups in digital marketing, branding, and securing business legality, in order to strengthen the sustainability of their enterprises and maximize the economic potential of the village. The method employed in this project includes intensive training and mentoring on digital marketing, branding, and the process of obtaining business legality. The evaluation results indicate that this initiative has been highly beneficial in improving the knowledge and skills of the MSME groups, particularly in creating e-mails, business social media accounts, websites, brand and label design, image ads, and registering for business legality such as NIB and PIRT.

Keywords: branding, business legality, digital marketing, processed squid products

(1) PENDAHULUAN

Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM diakui sebagai sektor ekonomi strategis yang melibatkan banyak aspek ekonomi sehingga mempengaruhi perekonomian nasional (Muzakki & Asri, 2023). UMKM juga berdampak pada penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan sehingga dapat

mengurangi kesenjangan ekonomi antara perkotaan dan pedesaan (Muzakki & Asri, 2023). Hal ini penting karena urbanisasi terbukti sebagai penyebab permasalahan sosial yang kompleks, dan kesenjangan distribusi pendapatan terus menjadi tantangan khususnya di negara-negara berkembang seperti Indonesia (Hidayat et al., 2022; Lutfiani & Yuniasih, 2021). Di Indonesia, sektor UMKM memiliki peran strategis untuk mengembangkan ekonomi

lokal, utamanya di tingkat Desa. Akan tetapi, keberlanjutan usaha dan optimalisasi potensi UMKM di tingkat Desa masih menghadapi berbagai tantangan. Armiani et al., (2022) menekankan pentingnya legalitas usaha dan digitalisasi bagi keberlanjutan UMKM serta pentingnya program pelatihan dan pendampingan untuk mengoptimalkan kinerja UMKM (Rozaki & Paksi, 2022; Yulia & Zuhriyah, 2022).

Digitalisasi merupakan suatu proses transformasi digital dengan penggunaan teknologi komputerisasi untuk mempermudah pekerjaan manusia (Salamah et al., 2022). Digitalisasi juga merupakan keniscayaan yang harus dilakukan jika ingin bertahan dan tetap eksis di pasar (Jamaluddin et al., 2022). Salah satu bentuk digitalisasi yang perlu dilakukan adalah digitalisasi pemasaran yang ditawarkan oleh UMKM. Menurut Adek et al., (2014), digitalisasi pemasaran merupakan strategi promosi dan pencarian pasar yang dilakukan melalui platform online dengan memanfaatkan media digital dan berbagai metode termasuk pemanfaatan media sosial. Sedangkan menurut Munawaroh et al., (2022) mengungkapkan bahwa pemasaran digital merupakan media promosi dan mencari pangsa pasar secara digital melalui media online dengan menggunakan berbagai fasilitas, seperti jejaring sosial dan platform penjualan produk atau layanan online.

Selain digitalisasi, penting bagi UMKM untuk memiliki legalitas usaha guna memperluas cakupan pasar. Hasil penelitian (Aji Putra et al., 2022; Moh. Muhajir et al., 2023; Rendra et al., 2022; Saefullah & Ruvi, 2022; Tajuddin et al., 2022; Wisnumurti, 2022) mengungkapkan bahwa UMKM menghadapi tantangan dalam memahami pentingnya kepatuhan

terhadap hukum, akses informasi, dan mengatasi kendala keuangan untuk memperoleh izin dan sertifikasi yang diperlukan. Oleh karena itu, legalitas usaha memiliki peran yang sangat penting bagi UMKM dalam mendukung keberlangsungan dan keberhasilan usaha. Selain itu, legalitas usaha memberikan dampak positif bagi UMKM, seperti jaminan perlindungan hukum, kemudahan dalam mengembangkan usaha, akses pembiayaan yang lebih mudah, memudahkan pemasaran usaha (Kusnanto et al., 2022; Septiani & Wuryani, 2020), serta memperoleh pendampingan usaha dari pemerintah (Rendra et al., 2022). Maka pendampingan dalam pengurusan legalitas usaha juga memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran hukum UMKM untuk mengurus legalitas usahanya (Rahmiyanti & Sulisty, 2023).

Berdasarkan hasil observasi ditemukan bahwa di Desa Batu Hijau memiliki hasil laut berupa Cumi yang sangat melimpah dan telah dikembangkan menjadi suatu produk olahan cumi yakni Sambal Cumi dan Kripik Cumi oleh Karang Taruna yang terbagi ke dalam 6 kelompok UMKM Desa Batu Hijau. Namun, hasil produksi olahan cumi tersebut masih kurang maksimal karena kurangnya pemahaman kelompok UMKM terhadap pengelolaan dan pengembangan usaha serta tidak adanya legalitas usaha yang dimiliki, membuat hasil produksi kelompok UMKM tersebut harus vakum sejak tahun 2020.



Gambar 1. Potensi hasil laut Desa Batu Hijau

Selain itu, kelompok UMKM saat ini masih mengandalkan metode penjualan produk yang bersifat konvensional, terutama melalui penjualan di pasar tradisional yang terletak di Kecamatan Bone Pantai. Meskipun pasar tradisional memberikan basis pelanggan lokal, terbatasnya akses ini dapat menjadi hambatan dalam mengembangkan jangkauan pasar secara lebih luas. Tantangan utama lainnya yang dihadapi oleh kelompok UMKM adalah ketiadaan legalitas pada produk olahan cumi yang dihasilkan sehingga berdampak pada kesulitan untuk mengeksplorasi peluang di pasar-pasar modern, seperti supermarket atau *platform e-commerce*. Keberadaan legalitas usaha tidak hanya meningkatkan kredibilitas di mata konsumen, tetapi juga membuka pintu bagi kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk perusahaan besar dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, penting bagi kelompok UMKM untuk melibatkan diri dalam proses pemasaran digital dan memperoleh legalitas usaha. Lebih lanjut Ibu Yustin Pakaya, A.Md, yang menjabat sebagai kepala Desa Batu Hijau, menyatakan bahwa kelompok UMKM yang telah dibentuk tersebut masih mengalami kesulitan dalam menembus pasar modern karena belum memiliki legalitas dan belum mampu memasarkan produk olahan Cumi di *platform e-commerce* yang sudah ada saat ini. Bahkan, kelompok UMKM belum memiliki akun di media sosial sebagai sarana pemasaran mereka.

Penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran dapat memberikan nilai tambah bagi produk UMKM dengan melibatkan konsumen baru dan konsumen lama secara tidak langsung (Hidayat et al., 2022). Untuk meningkatkan keunggulan

kompetitif, UMKM perlu memperkuat strategi pemasarannya (Narto & HM, 2020). Selain itu, peningkatan strategi *branding* melalui pembuatan konten yang menarik menjadi faktor penting untuk menarik perhatian calon konsumen (Wijaya et al., 2022). Oleh karena itu, terlihat jelas bahwa UMKM perlu melakukan inovasi dan pengembangan strategi pemasaran yang unik untuk mencapai kinerja bisnis dan daya saing yang optimal (Juniariani et al., 2020).

Desa Batu Hijau memiliki potensi hasil laut yang melimpah, khususnya cumi, yang telah diolah menjadi produk seperti Sambal Cumi dan Kripik Cumi oleh Karang Taruna setempat, yang terdiri dari 6 kelompok UMKM. Meskipun potensi produk olahan ini tinggi, keberlanjutan dan optimalisasi produksinya terhambat oleh beberapa faktor. Berdasarkan observasi dan telaah teori tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa kendala yang dihadapi oleh Kelompok UMKM Desa Batu Hijau, diantaranya: kendala dalam pemasaran produk olahan cumi, kurangnya pemahaman tentang perluasan pemasaran melalui *platform e-commerce* dan media sosial, belum adanya identitas merek atau label, serta belum adanya legalitas usaha yang dimiliki oleh kelompok UMKM Desa Batu Hijau. Agar kelompok UMKM yang sudah terbentuk dapat kembali berproduksi dan tidak vakum lagi, maka diperlukan pendampingan berupa bimbingan, pelatihan, dan konsultasi kepada para pengelola UMKM yang telah dibentuk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terkait manajemen usaha yang efektif, strategi pemasaran yang kompetitif, dan proses pembuatan legalitas usaha.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, pengabdian ini bertujuan untuk

memberikan pendampingan dalam bentuk manajemen usaha kepada kelompok UMKM Desa Batu Hijau yang bertujuan untuk memperkuat keberlanjutan usaha dan memaksimalkan potensi desa, yang meliputi *digital marketing*, *branding*, dan legalitas usaha (Pendaftaran NIB dan dilanjutkan dengan pendaftaran PIRT). Hasil dari pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam pengembangan kebijakan dan program pendampingan UMKM di tingkat Desa. Selain itu, kegiatan ini tidak hanya menjadi manifestasi konkret dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, melainkan juga berperan sebagai mitra yang berpotensi memperluas jaringan bagi UMKM di Desa. Kegiatan ini memiliki potensi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam mengelola usahanya sehingga dapat mewujudkan kemandirian bagi UMKM dan menjadi pilar utama dalam mendukung pertumbuhan perekonomian di Desa.

(2) METODE

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 28 – 29 Januari 2024 yang di laksanakan di Desa Batu Hijau, Kecamatan Bone Pantai, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Adapun alat yang digunakan adalah LCD, Laptop, dan Materi pendampingan sedangkan bahan yang digunakan adalah produk olahan cumi berupa sambal cumi dan kripik cumi. Metode pendekatan dalam pendampingan ini yaitu metode edukatif dan metode parsitipatif. Pendekatan edukatif merupakan cara pelaksanaan pengabdian yang fokus memberikan pembelajaran kepada kelompok UMKM sasaran. Secara teknis, metode edukatif ini dilakukan melalui dua langkah, yaitu: (1). Ceramah, merupakan pendekatan yang dipilih untuk

menyampaikan informasi mengenai aspek *digital marketing*, *branding*, dan aspek legal dalam menjalankan usaha. (2). Diskusi, pendekatan ini dimanfaatkan sebagai langkah interaktif antara pemateri dan peserta untuk mendapatkan tanggapan terhadap tingkat pemahaman kelompok UMKM Desa Batu Hijau. Selanjutnya, pendekatan partisipatif mencakup usaha meningkatkan keterlibatan langsung kelompok UMKM Desa Batu Hijau dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Metode pendekatan ini merupakan kegiatan pendampingan dan pelatihan *digital marketing* dengan pembuatan e-mail, sosial media bisnis, dan *website*. Selanjutnya kegiatan pendampingan dan pelatihan *branding* dengan pembuatan merek, label dan *image ads*. Dan terakhir adalah pendampingan dan pelatihan aspek legal usaha. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu:

(a) Tahap Persiapan: Tim pengabdian melakukan observasi dan diskusi dengan kelompok UMKM, Kepala Desa Batu Hijau dan mahasiswa KKN Reguler Angk.27 Universitas Ichsan Gorontalo tentang permasalahan yang dihadapi oleh kelompok UMKM di Desa Batu Hijau pada tanggal 28 Januari 2024. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi tersebut, ditemukan permasalahan yang membuat kelompok UMKM tersebut vakum adalah kesulitan untuk mengeksplorasi peluang di pasar-pasar modern, belum mampu memasarkan produk olahan Cumi di *platform e-commerce*, belum adanya media sosial pemasaran kelompok UMKM, belum ada merek dan label usaha serta legalitas usaha. Selanjutnya tim pengabdian

melakukan analisis kebutuhan terhadap permasalahan yang di hadapi tersebut dan yang dibutuhkan oleh kelompok UMKM Desa batu hijau adalah pendampingan dan pelatihan tentang *digital marketing*, *branding* dan legalitas usaha.

- (b) Tahap Pelaksanaan: (1) Pelatihan tentang *digital marketing*, *branding* dan legalitas usaha dilaksanakan di Aula Kantor Desa Batu Hijau pada Hari Minggu 29 Januari 2024, pukul 09.00 s/d 15.00 WITA dengan jumlah peserta sebanyak 10 orang dari kelompok UMKM dan 17 orang dari mahasiswa KKN. (2) Pendampingan dan Evaluasi dilaksanakan pada tanggal 2 – 3 Februari 2024. Adapun tim Pengabdian kepada Masyarakat terdiri dari Dr. Muh. Sabir Mustafa, SE.,M.Si dan Parmin Ishak, S.Akun.,M.Ak yang menjadi narasumber pada kegiatan ini sedangkan Dr. Musafir, SE.,M.Si dan Nur Lazimatul Hilma Sholehah, S.Akun.,M.Ak menjadi tim observasi dan analisis kebutuhan kelompok UMKM.

(3) HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelompok UMKM Desa Batu Hijau merupakan kelompok karang taruna yang dibentuk menjadi 6 (enam) kelompok oleh Kepala Desa karena merupakan salah satu program kerja yang digagasnya untuk menghidupkan perekonomian desa dan mengurangi tingkat pengangguran di Desa Batu Hijau. Ibu Yustin Pakaya, A.Md, selaku kepala Desa Batu Hijau memberikan sambutan dan pembukaan acara pendampingan dan pelatihan tersebut dan mengharapkan kelompok UMKM dapat mengikuti kegiatan tersebut dengan baik dan aktif dalam proses pelatihan sampai pada akhir kegiatan.



Gambar 2. Sambutan dan pembukaan kegiatan oleh Kepala Desa Batu Hijau

Selanjutnya dilakukan penyampaian materi pertama tentang *digital marketing* dan *branding* oleh Dr. Muh Sabir Mustafa, SE.,M.Si. Pemateri memberikan penekanan pada pentingnya strategi *digital marketing* dalam menghadapi perkembangan tren bisnis global saat ini. Pada paparan tersebut, pemateri membahas konsep-konsep kunci seperti mengidentifikasi elemen strategi pemasaran, *Social Media Marketing*, analisis data untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing brand serta pentingnya website usaha agar mudah ditemukan oleh konsumen. Materi ini memberikan wawasan mendalam kepada para peserta tentang bagaimana mengoptimalkan pemanfaatan platform digital dalam upaya membangun citra merek yang kuat dan efektif. Sedangkan dijelaskan tentang konsep dasar dan strategi penting yang terkait dengan pengelolaan merek yang membahas aspek-aspek kunci seperti perancangan pembuatan merek, label dan *image ads* yang konsisten.

Selain itu, Dr. Muh Sabir Mustafa, SE.,M.Si juga memberikan contoh-contoh dan *best practices* yang relevan untuk mendukung pemahaman konsep-konsep tentang *digital marketing* dan *branding*. Selanjutnya peserta dapat berinteraksi langsung dengan pembicara melalui sesi tanya jawab sehingga membuka ruang bagi

peserta untuk memperdalam pemahaman dan menggali wawasan seputar strategi *digital marketing* dan *branding*. Kegiatan selanjutnya adalah praktek membuat email, akun media sosial, logo dan label produk olahan cumi.



Gambar 3. Pendampingan dan pelatihan tentang digital marketing & branding

Kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi kedua mengenai legalitas usaha oleh Parmin Ishak, S.Akun., M.Ak. Pemateri menguraikan secara rinci aspek-aspek hukum yang terkait dengan pendirian dan operasional usaha, menyajikan pemahaman mendalam tentang peraturan perundang-undangan terkait izin usaha, serta tata cara pendaftaran NIB melalui <https://www.badanperizinan.co.id/> dan pendaftaran PIRT melalui laman <https://oss.go.id/>. Proses ini langsung dipraktekkan oleh pemateri, memberikan contoh terkait hasil pendaftaran, dan memberikan pemahaman praktis kepada peserta mengenai implementasi prosedur legalitas usaha dalam konteks bisnis UMKM. Selain itu, pemateri juga menyampaikan berbagai aspek kelebihan yang dapat diperoleh terkait legalitas usaha seperti membangun reputasi UMKM, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mengurangi potensi risiko hukum. Lebih lanjut, pemateri menyampaikan bahwa legalitas usaha dapat menciptakan lingkungan usaha yang stabil, menarik investasi, dan menciptakan lapangan kerja sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa. Kegiatan selanjutnya adalah foto bersama tim pengabdian, kepala Desa Batu Hijau, kelompok UMKM dan Mahasiswa KKN Reguler Angk. 27 Universitas Ichsan Gorontalo.





Gambar 4. Pendampingan dan pelatihan legalitas usaha

Pelatihan *digital marketing* menjadi penting untuk membantu UMKM memasarkan produk secara maksimal, berfikir kreatif, dan inovatif dalam menjalankan bisnis (Ratnasari & Asnawan, 2022) serta mampu meningkatkan omset penjualan bagi pelaku UMKM (Santi et al., 2022). Pelatihan digital marketing dapat membantu UMKM memanfaatkan internet dan media sosial sebagai sarana pemasaran produk (Patiro et al., 2023). Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong adopsi teknologi digital bagi UMKM agar mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen di era digital saat ini (Sasono & Herlina, 2022). Selain itu, pelatihan digital marketing juga dapat membantu UMKM memperluas target penjualan dan memperluas pasar mereka (Fahdia et al., 2022). Penting bagi UMKM untuk beradaptasi dan meningkatkan strategi branding mereka untuk mempertahankan daya saing dan ketahanan di pasar (Deva Ariyani et al., 2022; Wijaya et al., 2022). Oleh karena itu, pelatihan *digital marketing* dan *branding* membekali UMKM dengan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan *platform e-commerce* guna mempromosikan produk

mereka dan menjangkau konsumen yang lebih luas (Adam et al., 2022; Astuti et al., 2023; Atmojo & Pratiwi, 2022).

Pentingnya legalitas usaha bagi UMKM tidak hanya memberikan jaminan perlindungan hukum, tetapi juga memudahkan dalam mengembangkan usaha, membantu memudahkan pemasaran usaha baik domestik maupun ekspor, serta memudahkan memperoleh pendampingan dan akses pembiayaan yang lebih mudah (Huda et al., 2023; Tafriyanto et al., 2022). Legalitas usaha menjadi salah satu syarat bagi suatu pengusaha UMKM untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang dikelolanya (Karunia et al., 2021; Nawangsasi et al., 2020). Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai arti pentingnya suatu legalitas usaha bagi usahanya, serta memberikan edukasi, motivasi, dan pemahaman betapa pentingnya legalitas produk (Herawaty, 2022; Solahudin et al., 2022).

(4) PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan, disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan *digital marketing*, *branding* dan legalitas usaha bagi kelompok UMKM Desa Batu Hijau dengan produk olahan Cumi berupa Sambal Cumi dan Keripik Cumi telah terlaksana dengan baik. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dapat menjadi solusi permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM di Desa Batu Hijau Kecamatan Bone Pantai Kabupaten Bone Bolango khususnya dalam penguasaan *digital marketing*, pembuatan *branding* dan pendaftaran legalitas usaha. Kelompok UMKM Desa Batu Hijau dapat meningkatkan dan melakukan produksi yang lebih baik lagi dengan brand dan legalitas usaha yang baik sehingga dapat menjual produknya di pasar modern dan *platform e-commerce*. Hal ini dapat mendukung

keberlanjutan usaha UMKM dan mengoptimalkan potensi yang ada di Desa Batu Hijau sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan perekonomian Desa dan membuka lapangan pekerjaan di tingkat Desa.

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan, maka disarankan agar kegiatan pembinaan yang serupa dapat diimplementasikan secara rutin dan berkesinambungan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa masyarakat sebagai pelaku usaha memiliki akses yang konsisten terhadap pembelajaran dan pelatihan yang relevan. Dengan demikian, pelaku usaha dapat mengembangkan usaha lebih efektif dan berkesinambungan, seiring dengan pemahaman yang diperoleh melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan tersebut. Implementasi yang berkelanjutan dari kegiatan semacam ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku usaha UMKM di Desa. Disarankan pula untuk dilakukan pelatihan dan pendampingan yang serupa kepada masyarakat pelaku usaha dibidang lainnya seperti industri kreatif dan industri pariwisata.

(5) UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih diberikan kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Ichsan Gorontalo yang telah memfasilitasi dan membiayai pengabdian kepada Masyarakat di Desa Batu Hijau, Mitra Kelompok UMKM dan Karang Tarun Desa Batu Hijau, Kepala Desa Batu Hijau, dan Mahasiswa KKN Reguler Angkatan #27 di Desa Batu Hijau Kec. Bone Pantai Kab. Bone Bolango Prov. Gorontalo. Tak lupa pula ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu menyukseskan acara pelatihan dan pendampingan ini sehingga dapat terlaksana dengan baik.

(6) DAFTAR RUJUKAN

Adam, A. A., Wenas, R. S., & Worang, F. G. (2022). Digital Marketing Melalui

Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2).

<https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41411>

Adek, R. T., Muhammad, Bustami, Ula, M., Fasdarsyah, & Mukhlis. (2014). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Kuliner Di Kota Bireuen. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 5(1), 27–34.

Aji Putra, C., Aprilia, N. N., Novita Sari, A. E., Muhammad Wijdan, R., & Rafidah Putri, A. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk Pengembangan UMKM di Kelurahan Tlumpu Melalui Online Single Submission (OSS). *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 149–157.

<https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1397>

Armiani, Dwi Arini Nursansiwi, Sofiat Wardah, Baiq Desthania Prathama, Endang Kartini, & Agus Khazin Fauzi. (2022). Legalitas Usaha dan Digitalisasi Menjadi Faktor Keberlanjutan UMKM pada Masa New Normal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(2), 145–154.

<https://doi.org/10.55927/jpmf.v1i2.545>

Astuti, W., Mazia, L., Prasetyo, J. H., Sarasati, F., Dabi, J., Maharani, S., Leksmono, N. H., Samiaji, D. R., & Fathurahman, D. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Media Informasi dan Pemasaran Produk Bagi Anggota Komunitas UMKM Naik Kelas. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(1), 1–11.

<https://doi.org/10.56174/jap.v4i1.517>

Atmojo, M. E., & Pratiwi, V. P. (2022). Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19: Branding UMKM melalui Media Sosial di Desa Hargorejo. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 816.

<https://doi.org/10.20527/btjpm.v4i3.5676>

6

- Deva Ariyani, Slamet Bambang Riono, & Hendri Sucipto. (2022). Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3), 100–106. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i3.493>
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v2i1.147>
- Herawaty, N. (2022). Peran Inkubator Bisnis dan Teknologi (IBT) Universitas Jambi dalam Pengelolaan Keuangan pada Bisnis Rintisan Gubuk Nenas Jambi (Studi Kasus pada Bisnis Rintisan Gubuk Nenas Jambi). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 6(1), 13–28. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v6i1.4817>
- Hidayat, Y. A., Purnamasari, E., Wahyuni, S., Astuti, R. D., & Supaya, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Pada Kinerja Pemasaran: Proposisi Nilai Sosial Produk Sebagai Variabel Mediator. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(11), 1917. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i11.p04>
- Huda, N., Mukmin, A., Kusumayadi, F., Abriyani, A., Suryadin, S., Haryanti, H., & Fajrin, M. Al. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) Pada Usaha Rengginang Ubi Di Desa Raba Baka Kabupaten Dompu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(7), 1218–1222. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i7.344>
- Jamaluddin, J., Yamin, N. Y., Nurdin, J., Laupe, S., Pattawe, A., & Haris, N. (2022). Sustainability Kelompok Bisnis Kerajinan Kapuk Di Desa Dalaka Melalui Strategi Patronage. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 4(4), 739–747. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v4i4.946>
- Juniariani, N. M. R., Sanjaya, I. K. P. W., & Mariyatni, N. P. S. (2020). Pengelolaan Keuangan, Strategi Pemasaran, Dan Jiwa Kewirausahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(2), 125. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i2.17706>
- Karunia, A., Yasmin, A., Maulidah, H., & Harjanti, R. S. (2021). Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Melalui Analisis Riset Pasar Pada Umkm Kota Tegal. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 21–24. <https://doi.org/10.25047/jdinamika.v6i1.2297>
- Kusnanto, D., Ekawaty, N., & Sidik, S. (2022). Penerapan Entrepreneurial Marketing Dan Sosialisasi Kebijakan Pemerintah Pada Kelompok Wanita Tani Di Desa Cintawargi, Kabupaten Karawang. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 724–734. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i2.604>
- Lutfiani, D., & Yuniasih, A. F. (2021). Pengaruh Disparitas Capaian Pendidikan Terhadap Disparitas Distribusi Pendapatan Di Indonesia Tahun 2012-2019. *Seminar Nasional Official Statistics*, 2020(1), 662–671. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2020i1.467>
- Moh. Muhajir, Lukman Khoirin, & Sugito. (2023). Pendampingan Legalitas Usaha dan Produk UMKM Anggota BMT NU Singgahan. *Warta LPM*, 26(2), 218–226. <https://doi.org/10.23917/warta.v26i2.1620>
- Munawaroh, S., Ma'ruf, A., & Kristama, A. (2022). Digital Marketing Sebagai Sarana Pengembangan. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BORNEO*, 5(1), 63–68.
- Muzakki, M. N., & Asri, K. H. (2023). Strategi Bertahan di Masa Pandemi

- Covid-19 dalam Perseptif Ekonomi Islam. *ALIF*, 1(2), 63–71. <https://doi.org/10.37010/alif.v1i2.1021>
- Narto, N., & HM, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54. <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2195>
- Nawangasasi, E., Mahendra, D., & Sutanto, Y. (2020). Pelatihan Kreativitas Kewirausahaan pada Kelompok UMKM di Kampung Minapadi Kelurahan Nusukan Kecamatan Banjarsari Surakarta. *WASANA NYATA*, 4(2), 77–81. <https://doi.org/10.36587/wasananyata.v4i2.740>
- Patiro, S. P. S., Aryani, D., Rekarti, E., & Wibowo, M. (2023). Peningkatan pengetahuan marketplace pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan website education marketplace. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(1), 12–26. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i1.19282>
- Rahmiyanti, S., & Sulisty, A. B. (2023). Sosialisasi Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Bagi UKM/UMKM Kota Cilegon. *ABDIKARYA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 42–47. <https://doi.org/10.47080/abdikarya.v5i1.2488>
- Rendra, M. I., Rahmawati, L., Sholihah, H. R., Saputra, M. R., Arviani, N., Izzulhaq, A., & Kusuma, M. A. (2022). Pendampingan Pembuatan Dokumen Legalitas Usaha pada UMKM Sukilah Snack. *Surya Abdimas*, 6(4), 671–678. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i4.2263>
- Rozaki, Z., & Paksi, A. K. (2022). Developing Creative Smes for Improving Village Economic Independence In Terong Ii, Dlingo, Bantul. *Abdimas Galuh*. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.7441>
- Saefullah, A., & Ruvi, M. (2022). Penguatan Legalitas Usaha Pelaku UMKM melalui Pembuatan NIB di Lokasi Wisata Ciung Wanara Ciamis. *PUNDIMAS: Publikasi Kegiatan Abdimas*, 1(3), 105–111. <https://doi.org/10.37010/pnd.v1i3.918>
- Salamah, I., Said, M. R. A., & Soim, S. (2022). Perancangan Alat Identifikasi Wajah Dengan Algoritma You Only Look Once (YOLO) Untuk Presensi Mahasiswa. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 6(3), 1492. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i3.4399>
- Santi, I. N., Hatma, R., Mubaraq, R., Farid, Wanti, S., & Surayya. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran bagi UMKM Kota Palu di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal SOLMA*, 11(3), 667–674. <https://doi.org/10.22236/solma.v11i3.9230>
- Sasono, H., & Herlina. (2022). Memperluas Target Penjualan Umkm Melalui Digital Marketing. *NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 89–99. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v2i4.505>
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i08.p16>
- Solahudin, A., Wibowo, S. N., Misbak, M., & Yepsi, S. A. (2022). Meningkatkan Nilai Produktivitas UMKM Corn Es Krim melalui Pendampingan Pembuatan NIB di Desa Cipinang, Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(6), 1683–1690. <https://doi.org/10.54082/jamsi.510>
- Tafrilyanto, C. F., Aini, S. D., Hasanah, S. I., Kusyairi, K., & Susanti, L. (2022).

- Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Bagi UMKM Desa Branta Tinggi, Tlanakan, Pamekasan. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 105–109.
<https://doi.org/10.38043/parta.v3i2.4115>
- Tajuddin, T., Ernawati, E., Natsir, M., Asizah, N., Rahim, M., Ahmad, A., & Dja'wa, A. (2022). Penyuluhan Sertifikasi Produk dan Legalitas Usaha Bagi Pelaku Usaha Pada Sentra Industri Tahu dan Tempe di Kabupaten Konawe Selatan. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4), 717–723.
<https://doi.org/10.36312/linov.v7i4.891>
- Wijaya, A., Fitriadi, F., Ulfah, Y., Busari, A., & Kurniawan A., E. (2022). Peningkatan Ketahanan UMKM dan Kelompok PKK di Kampung Ketupat Kota Samarinda Menghadapi Krisis Pandemi. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat)*, 2(2), 70–75.
<https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i2.151>
- Wisnumurti, A. A. G. O. (2022). Efektifitas Pelaksanaan Kebijakan Pendaftaran Izin Usaha UMKM Secara Digital melalui Online Single Submission (OSS) di Kota Denpasar. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(12), 5441–5446.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v5i12.1230>
- Yulia, N. M., & Zuhriyah, A. (2022). Pelatihan Digital Marketing Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Masyarakat Desa Ngguyangan Di Masa Pandemi Covid-19. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 468–473.
<https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4391>