

PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING DAN LEGALITAS USAHA UNTUK MENINGKATKAN KUANTITAS PENJUALAN UMKM

***Joko Hadi Susilo¹, Ayu Eliana², Eka Yuliana Putri³, Adelia Putri Fauziah⁴**
^{1,2,3,4} Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Bojonegoro

*Korespondensi: jokohadi@unigoro.ac.id

Abstract

The purpose of this activity is to increase sales of MSME products through digital marketing assistance and assistance on the legality aspect of the business. The method used in this activity is PAR (Participatory Action Research), PAR has three words that are always related to each other, namely participation, research, and action. All research must be put into action. PAR-based research to examine something in order and make improvements to it. The results of this assistance concluded that assistance in the digital marketing aspect was carried out by designing logos and packaging and directing business actors to join the MSME community. Assistance on the legality aspect of business which is carried out by providing facilities and guidance regarding requirements in managing business legality that must be owned by business actors. This assistance is useful for improving product quality and sales quantity of Kripik Sakkom MSME products.

Keywords: Digital Marketing, Business Legality

Abstrak

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan penjualan produk UMKM melalui pendampingan digital marketing dan dan pendampingan pada aspek legalitas usaha. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah PAR (*Participatory Action Research*), PAR memiliki tiga kata yang selalu berhubungan satu sama lain yaitu partisipasi, riset, dan aksi. Semua riset harus di implementasikan dalam aksi. Riset berbasis PAR di rancang untuk mengkaji sesuatu dalam rangka merubah dan melakukan perbaikan terhadapnya. Hasil pendampingan kegiatan ini menyimpulkan bahwa pendampingan pada aspek digital marketing dilakukan desgin logo dan packaging serta mengarahkan pelaku usaha untuk bergabung pada komunitas UMKM. Pendampingan pada aspek legalitas usaha dilakukan dengan memberikan fasilitiasi dan pengarahan mengenai persyaratan dalam mengurus legalitas usaha yang harus dimiliki oleh pelaku usaha. Pendampingan ini memberikan manfaat untuk meningkatkan kualitas produk dan kuantitas penjualan produk UMKM Kripik Sakkom.

Kata kunci: Digital Marketing, Legalitas Usaha

PENDAHULUAN

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah asset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omzet total 0 sampai 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha akan tetapi bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah asset lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan omzet total Rp 300 juta sampai Rp 2,5 milyar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh cabang orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 milyar dan omzet total Rp 2,5 milyar sampai Rp 50 milyar. Dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi masyarakat UMKM memiliki kontribusi yang besar khususnya di negara-negara berkembang, dampak yang berpengaruh positif dapat menggerakkan roda perekonomian bangsa dan mengurangi jumlah pengangguran (Daspar et al, 2020).

UMKM merupakan salah satu potensi perluasan kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan. Pengembangan dalam hal penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha mikro, ataupun usaha kecil (Muhdar, 2015). Dimulainya MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) yang diberlakukan pada awal 2016 menuntut para pelaku UMKM agar bisa bersaing dengan para pengusaha dari negara ASEAN (Turkamun et al, 2021). Oleh karena itu, dukungan penuh dari pemerintah, pelaku usaha besar dan masyarakat sangat diperlukan untuk mendorong pertumbuhan UMKM supaya tidak sampai ada penurunan ataupun kebangkrutan.. Selain itu semakin dipermudah dalam hal usaha adalah berita yang baik untuk masyarakat agar semakin semangat memperbaiki ekonomi mereka dan berdampak positif bagi perekonomian nasional. Pada realitanya, kondisi yang terjadi di lapangan tidak seperti harapan, beberapa UMKM ada yang berangsur-angsur mengalami penurunan dari segi kualitas produk maupun jumlah usahanya (Harefa, 2017). Kenyataan ini tentu berbanding terbalik dengan program pemerintah yang berusaha mengangkat UMKM agar terus berkembang agar terus menyokong ekonomi Negara.

Universitas Bojonegoro menjadi salah satu universitas terbesar di kawasan Kabupaten Bojonegoro sekaligus merupakan salah satu universitas yang mempunyai

kepedulian secara terukur dalam berupaya meningkatkan perekonomian sekitar. Salah satu bukti secara empiris adanya pelaksanaan tridharma perguruan tinggi, Universitas Bojonegoro menjalankan salah satu tridharma perguruan tinggi melalui pengabdian kepada masyarakat yang diaplikasikan berdasarkan pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T). Jumlah kelompok KKN Universitas Bojonegoro mencapai 23 kelompok yang didalamnya terdapat beberapa rumpun ilmu sehingga akan menjadi problem solving terhadap permasalahan di lapangan. Pada dua tahun terakhir yaitu tahun 2021 dan 2022 Universitas Bojonegoro mempunyai fokus terhadap pengembangan kualitas sumber daya UMKM di sekitar Kabupaten Bojonegoro, berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Universitas Bojonegoro menjadi tangan kanan pemerintah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui kemandirian ekonomi secara berkelanjutan dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

KKN-T kelompok 11 Universitas Bojonegoro mempunyai fokus Pendampingan Digital Marketing dan Legalitas Usaha Untuk Meningkatkan Kuantitas Penjualan UMKM, hal ini berdasarkan survei lapangan yang telah dilakukan oleh perwakilan KKN-T Kelompok 11 terhadap UMKM sasaran yaitu UMKM “Mbak Ati” yang beralamat di Dusun Takolan Desa Kendung Kecamatan Kedungadem Kabupaten Bojonegoro menyimpulkan bahwa lemahnya sumber daya manusia pelaku usaha yang akan didampingi baik dari bidang digital maupun pemenuhan aspek legalitas usaha. Kondisi dilapangan menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan hanya berdasarkan pesanan secara offkine dan pelaku usaha tidak mempunyai legalitas apapun, sehingga diharapkan adanya KKN-T Kelompok 11 Universitas Bojonegoro akan mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan peningkatan kuantitas penjualan yang dilakukan. Dengan demikian berdasarkan permasalahan mitra di atas maka pendampingan ini dilakukan dengan tujuan pada dua aspek yaitu pendampingan untuk meningkatkan kualitas digital marketing dan pendampingan pada peningkatan pengetahuan aspek legalitas usaha.

METODE PELAKSANAAN

Lokasi pendampingan ini dilakukan pada UMKM “Mbak Ati” yang beralamat di Dusun Takolan Desa Kendung Kecamatan Kedungadem Kabupaten Bojonegoro

dengan jenis produksi makanan ringan yaitu kripik pisang. Kegiatan ini dilakukan menggunakan pendekatan *participatory* yang sering disebut *participatory action research (PAR)*. Pendampingan ini melibatkan secara aktif semua pihak-pihak yang relevan (stakeholders) dalam mengkaji tindakan yang sedang berlangsung (dimana pengalaman mereka sendiri sebagai persoalan) dalam rangka melakukan perubahan dan perbaikan ke arah yang lebih baik, selain itu PAR adalah kebutuhan kita untuk mendapatkan perubahan yang diinginkan (Afandi et al, 2013). Strategi yang digunakan dalam pendampingan ini adalah *collective meeting* dan analisis sosial, menyusun rencana aksi dan merealisasikan aksi, melakukan tindakan pro-aktif, refleksi dan evaluasi.

Pendampingan ini dilakukan dalam bentuk pemberian materi mengenai analisis studi kelayakan bisnis sebagai langkah awal dalam maksimalisasi pendampingan ini, beberapa bentuk kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pertama melakukan survei secara lisan/pendataan pada UMKM.
2. Melakukan pemberian materi/pengajaran.
3. Melakukan pendampingan langsung

Adapun tahapan-tahapan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Tahap pendahuluan :
 - a. Pemetaan kebutuhan dan permasalahan pada UMKM
 - b. Identifikasi faktor eksternal dan internal UMKM
2. Tahap Pelaksanaan Program Pemberdayaan :
 - a. Pengumpulan data awal
 - b. Pendampingan
 - c. Pengumpulan data tahap akhir
3. Evaluasi dan Pelaporan
 - a. Analisis data
 - b. Analisis dan perumusan pengembangan model
 - c. Pelaporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pendampingan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kauntitas Penjualan UMKM

Berdasarkan survei awal kepada UMKM menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM “Mbak Ati” mekakukan sistem pemasaran secara offline berdasarkan pesanan, artinya produksi kripik pisang hanya dilakukan pada saat ada pesaanan. Sedangkan pada sistem penjualan online hanya dilakukan pada Whatsapp dengan cara membuat story. hal ini menunjukkan bahwa masih rendahnya strategi pemasaran yang dilakukan dengan basis digital. Tidak bisa dipungkiri bahwa persaingan bisnis yang semakin ketat lebih mengedepankan pada basis digital. Selain itu juga nilai tawar yang dilakukan oleh pelaku usaha pada aspek produk terhadap konsumen juga harus ditingkatkan kualitasnya. Beberapa program atau kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T kelompok 11 Universitas Bojonegoro dalam meningkatkan digital marketing adalah melakukan edukasi dalam upaya peningkatan pengetahuan terhadap digital marketing, melakukan optimalisasi bimbingan sistem pemasaran yang sesuai dengan kemampuan sumber daya manusia dan melakukan pembaruan pada packaging serta design kemasan.

Edukasi peningkatan pengetahuan kepada pelaku usaha dilakukan secara non formal dan berkelanjutan sekaligus untuk mengukur kemampuan pelaku usaha mengenai pengetahuan digital marketing dan media online yang digunakan. Edukasi ini dilakukan dengan tujuan pelaku usaha dapat mengetahui gambaran secara umum mengenai digital marketing dan media online yang diginakan dalam melakukan pemasaran secara online. Hasil edukasi menunjukkan bahwa pelaku usaha sangat sulit dalam memahami terkait dengan digital marketing. Hal ini menjadi kendala dalam melakukan pendampingan pada aspek digital marketing. Namun dengan berjalanya waktu pelaksanaan KKN-T kelompok 11 dapat meminimalisir permasalahan yang adam sehingga pelaku usaha sedikit memahami mengenai penggunaan digital marketing. Berikut merupakan hasil dokumentasi pelaksanaan edukasi yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T kelompok 11 Universitas Bojonegoro.



Gambar 1. Pelaksanaan Edukasi Peningkatan Sumber Daya Manusia pada Aspek Digital Marketing

Hasil edukasi tersebut menyimpulkan bahwa pemanfaatan digital marketing yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha adalah tetap fokus pada penggunaan media sosial Whatsapp. selain itu mahasiswa KKN-T kelompok 11 Universitas Bojonegoro mensiasati sistem pemasaran yang dilakukan juga harus secara offline dengan cara mengenalkan produk UMKM secara langsung kepada konsumen. Kegiatan ini bertujuan agar konsumen mengetahui secara langsung mengenai produk kripik pisang, hal ini dimaksudkan bahwa kegiatan ini merupakan salah satu kegiatan yang tepat dalam mengenalkan produk UMKM secara langsung kepada konsumen. Berikut merupakan upaya mahasiswa KKN-T kelompok 11 Universitas Bojonegoro untuk mengenalkan produk kepada konsumen secara langsung.



Gambar 2. Kegiatan Pengenalan Produk UMKM kepada Konsumen Secara Langsung

Hasil temuan dilapangan menunjukkan bahwa pelaku usaha masih menggunakan akun Whatsapp yang belum terintegrasi oleh bisnis. Hal ini dirasa masih kurang efektif dalam melakukan pemasaran secara online. Dengan demikian mahasiswa KKN-T kelompok 11 Universitas Bojonegoro melakukan perubahan akun *Whatsapp business* dengan tujuan penggunaan dan pemanfaatan akun tersebut akan mendukung secara efektif kegiatan digital marketing. Berikut merupakan hasil perubahan akun *Whatsapp business* yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T kelompok 11 Universitas Bojonegoro.



Gambar 3. Hasil Perubahan Akun *Whatsapp Business* UMKM

Perubahan akun *Whatsapp Business* diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif sistem pemasaran digital yang dilakukan dengan pelayanan yang maksimal kepada konsumen, selain itu adanya akun bisnis tersebut akan menjaring konsumen dan mempertahankan konsumen yang loyalitas terhadap pembelian produk kripik pisang. Dalam upaya mempertahankan kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen mahasiswa KKN-T kelompok 11 Universitas Bojonegoro melakukan perubahan design packaging atau kemasan secara total agar adanya ketertarikan oleh konsumen terhadap produk yang dijual. Berikut merupakan perubahan packaging produk kripik pisang.



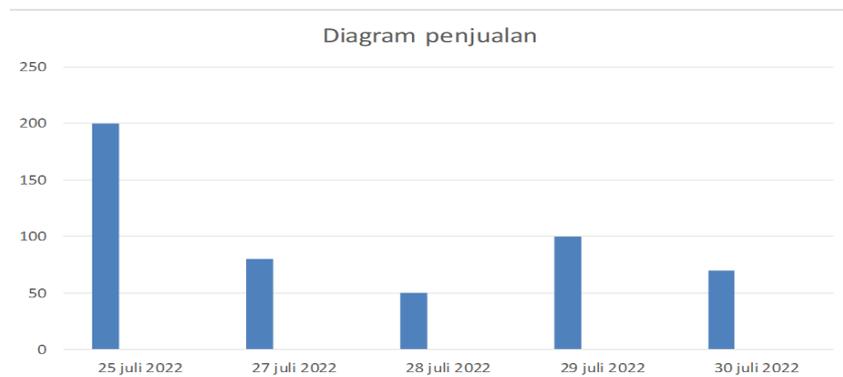
Gambar 4. Kemasan Lama Sebelum Ada Mahasiswa KKN-T Kelompok 11



Gambar 5. Kemasan Baru Setelah Ada Mahasiswa KKN-T Kelompok 11

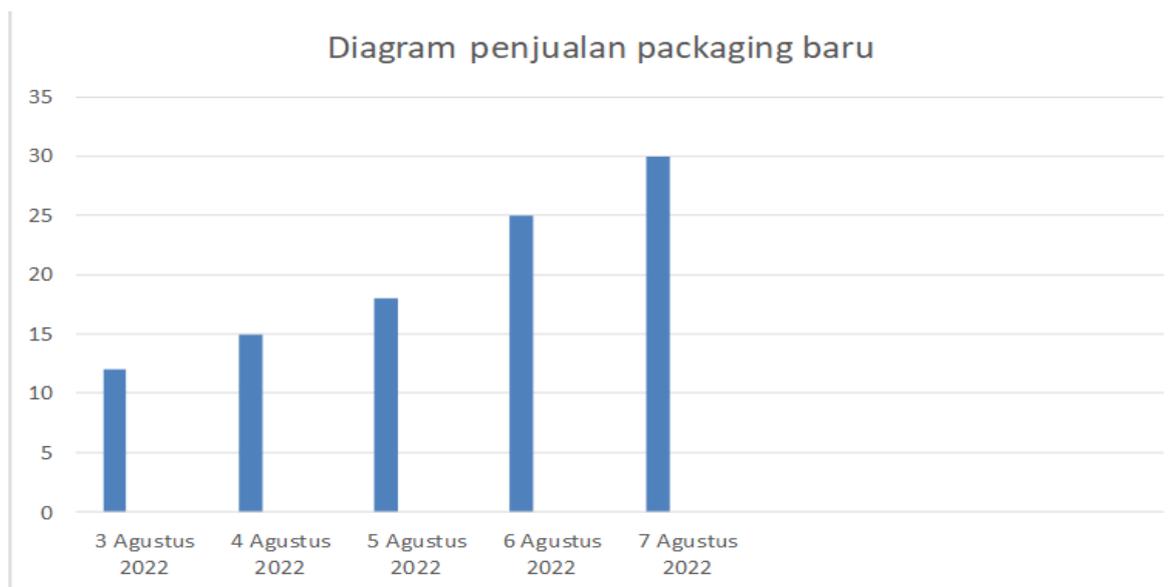
Penggunaan kemasan baru mempunyai peningkatan penjualan yang sangat tinggi dibandingkan dengan penggunaan kemasan lama. Hal ini dapat dilihat pada laporan

penjualan yang sudah disediakan oleh mahasiswa KKN-T kelompok 11 Universitas Bojonegoro.



Gambar 5. Penjualan Dengan Packaging Lama

Gambar 5 di atas menunjukkan bahwa penjualan keripik pisang mengalami fluktuatif, penjualan tertinggi terdapat pada tanggal 25 juli dikarenakan produsen keripik mendapatkan pesanan untuk acara hajatan.



Gambar 6. Penjualan Dengan Packaging Lama

Gambar 6 di atas menunjukkan bahwa penjualan packaging baru mengalami peningkatan, penjualan yang dilakukan pada saat CFD di alun-alun kota Bojonegoro. Dengan hal itu masyarakat tertarik akan packaging baru yang di buat, Berikut merupakan hasil pernyataan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T kelompok 11

Universitas Bojonegoro dalam mengukur pelaksanaan kegiatan edukasi dalam upaya peningkatan pengetahuan terhadap digital marketing.

Tabel 1. Hasil Pengukuran Keberhasilan Pelaksanaan Program Digital Marketing

No.	Pernyataan	Skala Pengukuran (Skor)				
		1	2	3	4	5
1.	Pelaku usaha sangat memahami penggunaan Whatsapp bisnis sebagai pelaksanaan digital marketing					✓
2.	Setelah adanya pendampingan pelaku usaha memahami maksud dan tujuan penggunaan digital marketing					✓
3.	Kemampuan sumber daya manusia sangat minim dalam mengeplikasikan digital marketing				✓	
4.	Setelah adanya pendampingan, ada indikasi kualitas sumber daya lebih meningkat					✓
5.	Adanya peningkatan penjualan secara online maupun xecara offline setelah adanya perubahan packaging dan design kemasan					✓

Keterangan:

- Angka 1 : Sangat Tidak Setuju
- Angka 2 : Tidak Setuju
- Angka 3 : Cukup Setuju
- Angka 4 : Setuju
- Angka 5 : Sangat Setuju

2. Pendampingan Legalitas Usaha Untuk Meningkatkan Kauntitas Penjualan UMKM

Pelaksanaan pendampingan legalitas usaha menjadi salah satu program yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN-T Kelompok 11 Universitas Bojonegoro, program ini dilakukan dengan tujuan memberikan perubahan secara signifikan pada peningkatan kualitas sumber daya manusia dan kualitas kelayakan usaha yang dijalankan. Kondisi UMKM “Mbak Ati” tidak mempunyai pemenuhan secara administratif berupa legalitas usaha sehingga menjadi salah satu program bagi Mahasiswa KKN-T Kelompok 11 Universitas Bojonegoro. Selain itu, juga didukung dengan adanya program pengembangan UMKM yang ada di kawasan Kabupaten Bojonegoro oleh Universitas Bojonegoro malalui besaran biaya yang memang diberikan kepada Mahasiswa KKN-T Kelompok 11 Universitas Bojonegoro untuk

memberikan fasilitasi dalam pengembangan UMKM. Berdasarkan hal tersebut mahasiswa KKN-T Kelompok 11 Universitas Bojonegoro memberikan pendampingan berupa fasilitasi legalitas usaha antara lain Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPPIRT), Nomor Induk Berusaha (NIB), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Drafting pernyataan pengajuan sertifikasi halal dan Merek Dagang.

Pelaksanaan pendampingan juga dilakukan dengan memberikan edukasi pengetahuan mengenai aspek-aspek legalitas usaha dapat dilengkapi oleh UMKM “Mbak Atik” sehingga pelaku usaha dapat mengetahui alur dan sistematika dalam mengurus legalitas usaha. Berikut merupakan hasil dokumentasi pemberian edukasi mengenai legalitas usaha.



Gambar 7. Pemberian Edukasi Mengenai Legalitas Usaha

Kegiatan tersebut dilakukan dengan tujuan memberikan pemahaman mengenai sistematika dan pentingnya legalitas usaha dalam operasional produksi, berdasarkan hasil analisis di awal dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pelaku usaha mengenai legalitas usaha sangat lemah dan perlu adanya pendampingan secara berlanjut mengenai legalitas usaha, sehingga mahasiswa KKN-T Kelompok 11 mempunyai program fasilitas legalitas usaha. Beberapa fasilitas tersebut dilakukan secara bertahap mulai dari pengurusan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPPIRT), Nomor Induk Berusaha (NIB), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Drafting pernyataan pengajuan sertifikasi halal dan Merek Dagang.

Pemberian edukasi mengenai legalitas usaha diharapkan dapat secara signifikan meningkatkan pengetahuan dan kaulitas sumber daya manusia tentang aspek-aspek legalitas usaha yang wajib dan harus dimiliki oleh pelaku usaha. Pendampingan dan edukasi ini dilakukan secara berkelanjutan dan bertahap selama 30 hari dengan tujuan pelaku usaha yaitu UMKM “Mbak Ati” memahami secara benar mengenai sistematika dan perijinan aspek legalitas usaha. Edukasi pertama dilakukan mengenai pemahaman dan cara mengurus NPWP oleh mahasiswa KKN-T Kelompok 11 Universitas Bojonegoro. Hasil edukasi menunjukkan bahwa pelaku usaha sebelum adanya mahasiswa KKN-T Kelompok 11 tidak memahami alur dan persyaratan mengurus perijinan NPWP baik secara online maupun offline. Adanya edukasi ini sedikit memberikan gambaran dan pemahaman alur pengurusan NPWP. Proses pendampingan ini dilakukan dengan melalui edukasi pengetahuan dan pendampingan mengurus NPWP di KPP Pratama Kabupaten Bojonegoro dengan outcome program yaitu pelaku usaha memiliki NPWP. Berikut merupakan pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T Kelompok 11 Universitas Bojonegoro.



Gambar 8. Pengurusan NPWP bersama Pelaku usaha

Edukasi kedua dilakukan untuk memberikan pengetahuan mengenai pengurusan PIRT, pelaksanaan kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa KKN-T Kelompok 11 Universitas Bojonegoro melalui edukasi dan pendampingan pengurusan SP-PIRT bersama dengan pelaku usaha.

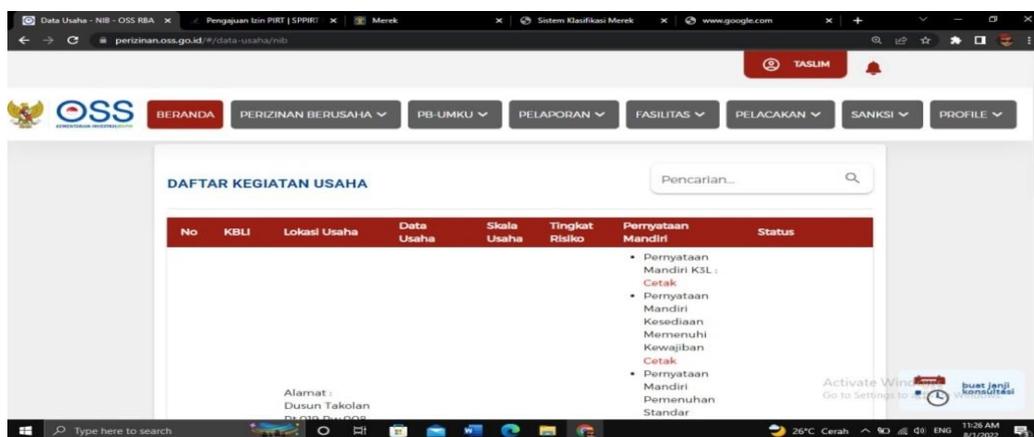


Gambar 9. Pengurusan SP-PIRT bersama Pelaku usaha

Pembuatan PIRT ini berdasarkan kekurangan daripada UMKM yang belum memiliki legalitas usaha yaitu PIRT. Agar pihak UMKM mendapatkan keuntungan, berupa produk yang dapat secara legal diedarkan atau dipasarkan. Pemilik UMKM, masih minim teknologi sehingga perlu pendampingan dalam pembuatan legalitas PIRT

Kegiatan pendampingan pembuatan PIRT UMKM sehingga pemilik UMKM terbantu dan mengerti cara pembuatan PIRT. Outcome dari program ini adalah dimilikinya PIRT sebagai salah satu syarat ijin edar produk.

Edukasi ketiga dalam kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pengetahuan mengenai sistematika dan cara mengurus NIB. Berikut merupakan bukti dari hasil pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T Kelompok 11 Universitas Bojonegoro dalam aspek NIB.



Gambar 10. Pengurusan NIB bersama Pelaku usaha

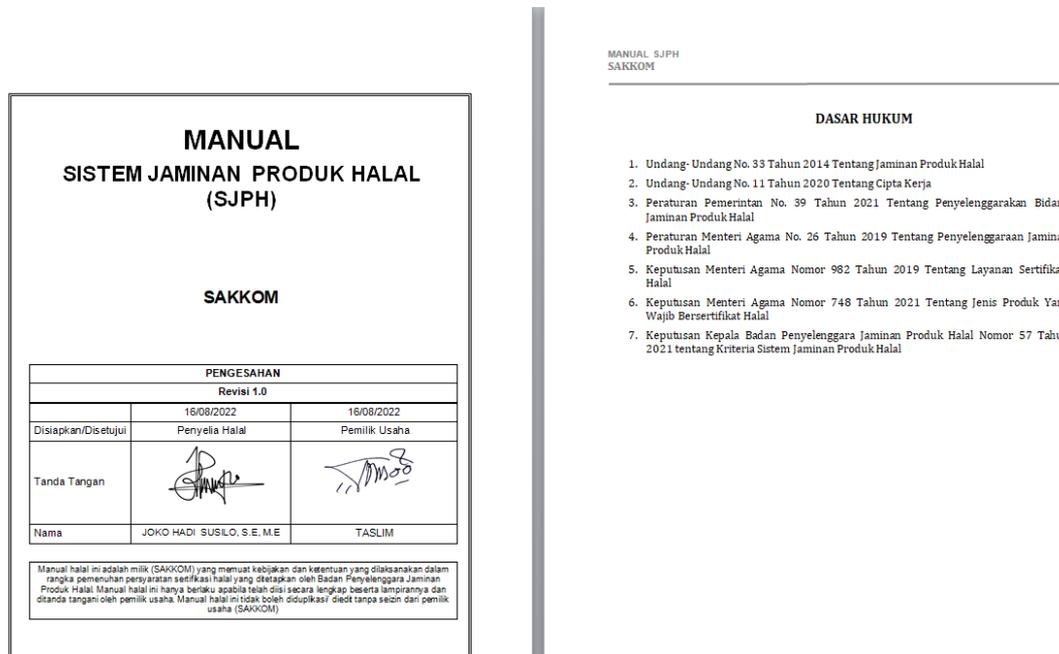
Pembuatan NIB ini berdasarkan kekurangan daripada UMKM yang belum memiliki legalitas usaha yaitu NIB, kegiatan ini dilakukan agar secara legalitas usaha yang dijalankan sudah resmi secara hukum. Hasil evaluasi mengenai pengurusan NIB adalah Pemilik UMKM kurang mampu menguasai teknologi sehingga belum bisa mengurus NIB sendiri. Sedangkan outcome dari pendampingan ini adalah pelaku usaha memahami dan mempunyai NIB usahanya. Edukasi keempat dilakukan untuk memberikan pengetahuan mengenai sistematika dan cara mengurus merek dagang. Berikut merupakan hasil dokumentasi mengenai pengurusan merek dagang.



Gambar 11. Pengurusan Merek Dagang bersama Pelaku usaha

Pendampingan ini dilakukan dengan tujuan untuk melindungi nama usaha, logo, dan aset penting lainnya dan sebagai identitas produk atau bisnis sehingga dapat dibedakan dengan produk yang sejenis. Hasil pendampingan dari pembuatan legalitas merek dagang adalah nama usaha bisa dipatenkan atau biasa disebut dengan hak milik. Awalnya UMKM ini bernama "Mba Ati KM" kini berubah menjadi "SAKKOM". Perpindahan nama ini dilakukan karena sudah banyak usaha yang memiliki nama "Mba Ati KM". Outcome dari kegiatan ini adalah merek dagang pelaku usaha sudah resmi secara hukum. Edukasi selanjutnya dilakukan untuk memberikan pengetahuan mengenai drafting Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) sebagai salah satu syarat

dalam mengurus legalitas halal. Berikut merupakan bukti hasil pendampingan SJPH yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T Kelompok 11 Universitas Bojonegoro.



Gambar 12. Pendampingan Drafting SJPH bersama Pelaku usaha

Pembuatan drafting SJPH dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha mengenai sistematisa pengurusan sertifikasi halal, dengan harapan pelaku usaha dapat mengurus perijinan sertifikasi halal dengan mandiri. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelaku usaha sebelumnya tidak mengetahui sertifikasi halal dan sistem pengajuannya. Sehingga adanya kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap pelaku usaha. Outcome dari pendampingan ini adalah UMKM memiliki drafting pengajuan sertifikasi halal.

Tabel 2. Hasil Pengukuran Keberhasilan Pelaksanaan Program Pendampingan Legalitas Usaha

No.	Pernyataan	Skala Pengukuran (Skor)				
		1	2	3	4	5
1.	Pelaku usaha memahami pentingnya aspek legalitas usaha					✓
2.	Pelaku usaha mampu memahami sistematisa pengajuan legalitas usaha sesuai dengan yang ditentukan oleh mahasiswa KKN-T				✓	
3.	Terpenuhinya aspek legalitas usaha UMKM					✓

4.	Setelah adanya aspek legalitas pelaku usaha sangat semangat untuk melakukan persaingan bisnis					✓
5.	Adanya perubahan kuantitas produksi setelah adanya legalitas usaha					✓

Keterangan:

- Angka 1 : Sangat Tidak Setuju
- Angka 2 : Tidak Setuju
- Angka 3 : Cukup Setuju
- Angka 4 : Setuju
- Angka 5 : Sangat Setuju

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pendampingan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan digital marketing hanya dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial berupa whatsapp sehingga mahasiswa KKN-T Kelompok 11 Universitas Bojonegoro memaksimalkan penggunaannya dan melakukan perubahan pada akun bisnis. Sedangkan dari aspek legalitas, pelaku usaha tidak mempunyai aspek legalitas usaha sama sekali, berdasarkan hasil pendampingan yang dilakukan menunjukkan bahwa aspek legalitas usaha dapat terpenuhi antara lain adalah SP-PIRT, NIB, NPWP, Merek dagang dan drafting pengajuan sertifikasi halal. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa minimnya pengetahuan pelaku usaha digital marketing dan aspek legalitas usaha. Pendampingan ini diharapkan mempunyai dampak positif terhadap perkembangan usaha secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah

Daspar, D., Hartati, N., Huda, M., & Saputri, W. (2020). Pelatihan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Pembuatan Produk Kerupuk Lele “Krule”. *JURNAL PENGABDIAN PELITA BANGSA*, 1(02), 73-77.

Muhdar, H. M. (2015). Potret Ketenagakerjaan, Pengangguran, Dankemiskinan di Indonesia: Masalah Dan Solusi. *Al-Buhuts*, 11(1), 42-66.

Turkamun, T., Darmawan, D., Bathni, I., Junaedi, E., & Hadi, A. S. (2021). Membangun Ekonomi Kreatif Melalui Ukm Go Export Penyuluhan Kepada Peserta Ukm Galeri Etnik Nusantara Gensa Tangerang Selatan. In

PROSIDING SENANTIAS: Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (Vol. 1, No. 1, pp. 1537-1546).

Harefa, M. (2017). Masalah dan Tantangan Implementasi Program Kredit Usaha Rakyat di Propinsi Sulawesi Selatan dan Jawa Tengah. *Kajian*, 20(4), 343-366.

Ghozali, M., & Haqq, A. A. (2018). Program Participatory Action Research Melalui Pendekatan Dakwah Bil Hal. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 9(2), 115-128.