

Pendampingan Legalitas Usaha dan Digitalisasi Bisnis sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM di Desa/Kelurahan Cibirusah Kota 2026

Bayu Prasetyo¹, Sheira Melanda², Karlina Putri³, Anisa Maulidiatus Sahirah⁴, Rt. Siti Nurfaizah⁵, Delya Rahayu Nurhidayat⁶, Yohana Chrisda Dini Pasaribu⁷, Iqbal Muhammad Naqib⁸, Dantes Daniel Lumbantoruan⁹, Etty Zuliawati Zed¹⁰
Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}

Email Korespondensi: bayupras443@mhs.pelitabangsa.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 03-08-2026
Disetujui 09-08-2026
Diterbitkan 10-08-2026

Katakunci:

UMKM;
Pendampingan;
Legalitas Usaha

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan untuk meningkatkan daya saing melalui penguatan legalitas usaha, identitas merek, dan pemanfaatan teknologi digital. Salah satu UMKM yang mengalami kondisi tersebut adalah Riffa Caffe di Desa Cibirusah Kota, Kecamatan Cibirusah, Kabupaten Bekasi. Meskipun usaha ini pernah memperoleh perhatian luas melalui media sosial, masih ditemukan beberapa aspek yang memerlukan penguatan agar perkembangan usaha dapat berlangsung secara berkelanjutan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas usaha melalui pendampingan penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), penguatan branding dengan penyediaan banner usaha, serta optimalisasi digitalisasi bisnis. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang melibatkan mitra secara aktif mulai dari identifikasi kebutuhan, penyusunan program, pelaksanaan pendampingan, hingga evaluasi hasil. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, diskusi, dokumentasi, serta didukung oleh berbagai sumber literatur yang relevan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan berhasil menghasilkan penerbitan NIB, tersedianya banner sebagai identitas visual usaha, serta meningkatnya pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai media promosi. Integrasi antara legalitas usaha, branding, dan digitalisasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan profesionalisme pengelolaan usaha sekaligus memperkuat kesiapan mitra dalam menghadapi persaingan bisnis. Pendekatan pendampingan yang diterapkan diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif model pemberdayaan UMKM yang berorientasi pada keberlanjutan usaha.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Prasetyo, B. ., Lumbantoruan, D. D. ., Naqib, I. M. ., Dini Pasaribu, Y. C. ., Nurhidayat, D. R. ., Nurfaizah, R. S. ., Sahirah, A. M. ., Putri, K. ., Melanda, S. ., & Zed, E. Z. . (2026). Pendampingan Legalitas Usaha dan Digitalisasi Bisnis sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM di Desa/Kelurahan Cibirusah Kota 2026. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(4), 2529-2537. <https://doi.org/10.63822/n4btkq73>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi yang sangat penting dalam struktur perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat (Habibi, 2025). Selain berperan sebagai penggerak aktivitas ekonomi daerah, keberadaan UMKM juga menjadi sumber peningkatan pendapatan masyarakat. Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat serta persaingan usaha yang terus meningkat menuntut pelaku UMKM untuk mampu menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan. Penyesuaian tersebut tidak hanya berkaitan dengan pemanfaatan teknologi dalam kegiatan usaha, tetapi juga mencakup penguatan identitas merek serta pemenuhan aspek legalitas. Meskipun demikian, berbagai keterbatasan yang masih dihadapi menyebabkan sebagian UMKM belum mampu mengoptimalkan potensi usahanya.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit usaha yang berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (Kementrian Keuangan RI, 2025). Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Namun demikian, sebagian pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala, terutama pada aspek legalitas usaha dan transformasi digital, sehingga potensi usaha yang dimiliki belum dapat berkembang secara optimal.

Berdasarkan Selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Cibusah Kota, Kecamatan Cibusah, Kabupaten Bekasi, dilakukan kegiatan observasi dan pendampingan terhadap salah satu pelaku UMKM, yaitu Riffa Caffe (Warung Seblak Riffa Caffe). Hasil pengamatan menunjukkan bahwa usaha tersebut pernah memperoleh perhatian luas setelah viral di media sosial sehingga memiliki peluang yang besar untuk terus berkembang. Namun, popularitas yang diperoleh dari media sosial memerlukan pengelolaan yang berkelanjutan agar tidak hanya bersifat sementara. Kondisi di lapangan memperlihatkan bahwa Riffa Caffe masih menghadapi sejumlah kendala, terutama yang berkaitan dengan legalitas usaha, penguatan identitas merek, serta optimalisasi pemanfaatan media digital dalam aktivitas bisnis.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah belum dimilikinya Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk legalitas usaha. Ketiadaan NIB berpotensi membatasi kesempatan pelaku usaha untuk memperoleh akses terhadap berbagai program pembinaan, fasilitas pembiayaan, maupun peluang kerja sama dengan berbagai pihak. Di sisi lain, identitas visual usaha juga belum dimanfaatkan secara maksimal. Walaupun Riffa Caffe pernah dikenal luas melalui media sosial, media promosi seperti banner yang mampu memperkuat citra usaha masih belum tersedia secara optimal. Selain itu, pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran belum dilakukan secara konsisten sehingga potensi perluasan pasar masih belum dimanfaatkan secara maksimal.

Meskipun pemerintah terus mendorong percepatan penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), jumlah UMKM yang telah memiliki NIB masih belum mencakup seluruh pelaku usaha. Hingga tahun 2024 tercatat sekitar 10 juta pelaku usaha telah memiliki NIB, sementara jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit (Investasi, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan yang cukup besar dalam kepemilikan legalitas usaha sehingga pendampingan kepada pelaku UMKM masih sangat diperlukan.

Legalitas usaha menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan dan pengembangan UMKM karena memberikan kepastian hukum sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen.

Kepemilikan legalitas juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memperoleh akses terhadap program pemerintah, pembiayaan, maupun berbagai bentuk kemitraan usaha (Rusmayani et al., 2025). Di samping itu, identitas visual yang kuat melalui media branding, seperti banner usaha, berperan dalam memperkuat pengenalan merek oleh masyarakat, khususnya bagi UMKM yang sebelumnya telah memperoleh eksposur tinggi di media sosial. Sejalan dengan perkembangan teknologi, digitalisasi bisnis melalui pemanfaatan media sosial, aplikasi komunikasi bisnis, dan berbagai platform digital lainnya menjadi strategi penting untuk mempertahankan eksistensi usaha sekaligus meningkatkan daya saing di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Sapthiarsyah & Junita, 2024).

Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat telah membuktikan bahwa pendampingan dalam aspek legalitas maupun digitalisasi mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Sebagian penelitian berfokus pada pendampingan penerbitan Nomor Induk Berusaha melalui sistem *Online Single Submission* (OSS) (Afiyah & Qurratu'aini, 2025), sedangkan penelitian lainnya lebih menitikberatkan pada pelatihan pemasaran digital maupun pengembangan media promosi. Meskipun demikian, masih terbatas kegiatan pengabdian yang mengintegrasikan legalitas usaha, penguatan identitas visual, serta digitalisasi bisnis secara bersamaan untuk mendukung UMKM yang pernah memperoleh popularitas melalui media sosial. Kondisi tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan antara kebutuhan nyata pelaku UMKM dengan bentuk pendampingan yang selama ini banyak diterapkan (Zusrony et al., 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan (gap) antara kebutuhan riil UMKM yang memiliki potensi viral dengan model pendampingan yang selama ini banyak dilakukan.

Nilai kebaruan (*state of the art*) dalam kegiatan pengabdian ini terletak pada penerapan pendekatan terpadu yang menggabungkan penguatan legalitas usaha, pengembangan identitas visual, serta digitalisasi bisnis bagi UMKM yang memiliki riwayat viral di media sosial. Program tidak hanya mendampingi proses penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), tetapi juga menyediakan banner sebagai media branding serta membantu optimalisasi pemanfaatan media digital agar eksposur usaha dapat dipertahankan dan dikembangkan secara berkelanjutan. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan manfaat yang lebih menyeluruh dibandingkan program pendampingan yang hanya berfokus pada satu aspek pengembangan usaha.

Meskipun berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian telah membahas pentingnya legalitas usaha maupun digitalisasi bagi UMKM, sebagian besar program masih berfokus pada pendampingan legalitas usaha atau pelatihan digital marketing secara terpisah. Belum banyak program yang mengintegrasikan legalitas usaha, branding visual, dan digitalisasi bisnis dalam satu model pendampingan sehingga dampaknya terhadap peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM menjadi lebih komprehensif. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini mengembangkan pendampingan terpadu yang menggabungkan penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), penguatan identitas usaha melalui banner, serta optimalisasi digitalisasi bisnis sesuai dengan kebutuhan UMKM mitra. Berdasarkan berbagai kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan mendampingi UMKM Riffa Caffè di Desa Cibarusah Kota, Kecamatan Cibarusah, Kabupaten Bekasi dalam meningkatkan kapasitas usaha melalui penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), penguatan identitas merek melalui desain dan pemasangan banner usaha, serta optimalisasi digitalisasi bisnis. Melalui rangkaian kegiatan tersebut diharapkan legalitas usaha semakin kuat, identitas merek lebih mudah dikenali, jangkauan pemasaran semakin luas, serta pelaku UMKM memiliki kesiapan yang lebih baik untuk menghadapi persaingan usaha dan mewujudkan transformasi

menuju bisnis yang modern, profesional, serta berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Riffa Caffé yang berlokasi di Desa Cibarusah Kota, Kecamatan Cibarusah, Kabupaten Bekasi. Pemilihan mitra didasarkan pada hasil observasi awal selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang menunjukkan bahwa meskipun usaha tersebut pernah memperoleh perhatian luas melalui media sosial, masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan penguatan, terutama pada legalitas usaha, identitas visual, dan pemanfaatan media digital sebagai sarana pengembangan bisnis. Oleh karena itu, program pengabdian dirancang untuk memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan nyata mitra melalui pendekatan yang melibatkan pelaku usaha secara aktif pada setiap tahapan kegiatan.

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah **Participatory Action Research (PAR)**. Pendekatan PAR dipilih karena menempatkan masyarakat atau mitra sebagai subjek utama dalam proses pemecahan masalah, bukan hanya sebagai penerima manfaat. Melalui pendekatan ini, seluruh kegiatan dilaksanakan secara kolaboratif mulai dari identifikasi kebutuhan, perencanaan program, pelaksanaan pendampingan, hingga evaluasi hasil. Keterlibatan aktif pemilik UMKM diharapkan dapat meningkatkan pemahaman terhadap materi yang diberikan sekaligus mendorong keberlanjutan hasil pengabdian setelah program selesai.

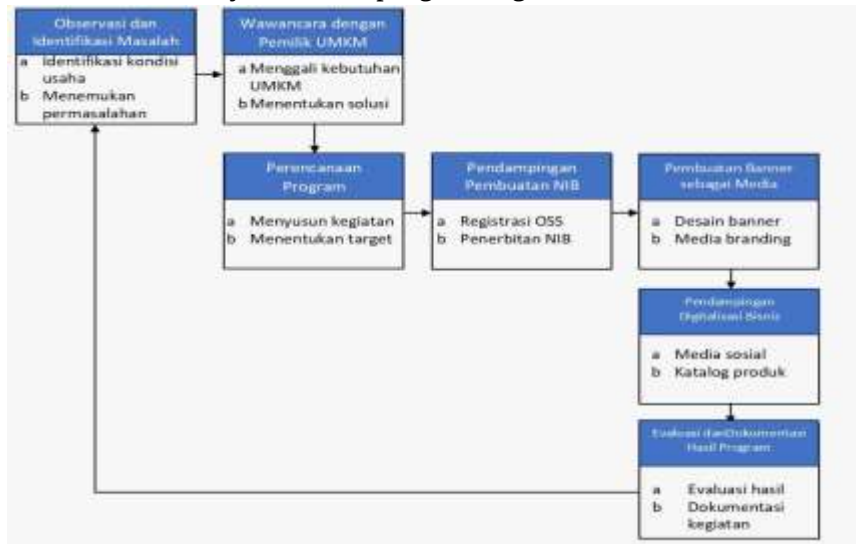
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada UMKM Riffa Caffé yang berlokasi di Desa Cibarusah Kota, Kecamatan Cibarusah, Kabupaten Bekasi. Mitra dipilih berdasarkan hasil pengamatan selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang menunjukkan bahwa usaha tersebut memiliki potensi untuk berkembang setelah sempat memperoleh perhatian luas melalui media sosial. Meskipun demikian, hasil identifikasi memperlihatkan masih adanya sejumlah aspek yang memerlukan penguatan, terutama terkait legalitas usaha, identitas visual, serta optimalisasi media digital sebagai sarana pengembangan bisnis. Atas dasar kondisi tersebut, program pengabdian disusun untuk memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mitra melalui keterlibatan aktif pelaku usaha pada setiap tahapan pelaksanaan..

Tahap berikutnya adalah penyusunan rencana aksi berdasarkan hasil identifikasi permasalahan. Program difokuskan pada tiga kegiatan utama, yaitu pendampingan penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem **Online Single Submission (OSS)**, pembuatan desain banner sebagai media penguatan identitas usaha, serta pendampingan digitalisasi bisnis melalui optimalisasi media digital yang digunakan oleh mitra. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara bertahap dengan pendampingan langsung sehingga setiap proses dapat dipahami dan dipraktikkan oleh pelaku usaha.

Data yang digunakan dalam kegiatan ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara, diskusi, serta dokumentasi selama proses pendampingan berlangsung. Sementara itu, data sekunder berasal dari literatur ilmiah, peraturan pemerintah, serta berbagai sumber resmi yang berkaitan dengan pengembangan UMKM, legalitas usaha, branding, dan transformasi digital. Penggabungan kedua jenis data tersebut bertujuan untuk memperkuat dasar ilmiah dalam penyusunan program sekaligus mendukung proses analisis hasil pengabdian.

Keberhasilan program dievaluasi menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan

membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Indikator evaluasi meliputi keberhasilan penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), tersedianya banner sebagai identitas usaha, serta meningkatnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui diskusi bersama mitra untuk mengetahui tingkat pemahaman, manfaat yang dirasakan, serta potensi penerapan program secara berkelanjutan dalam pengembangan usaha.



Bagan 1. Kerangka Pemecahan Masalah

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan program pengabdian ditentukan berdasarkan ketercapaian indikator pada setiap kegiatan yang diberikan kepada mitra. Indikator tersebut digunakan untuk melihat apakah pendampingan yang dilakukan telah menghasilkan perubahan sesuai dengan tujuan program

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Program Pengabdian

Kegiatan	Indikator Keberhasilan
Pendampingan Legalitas	NIB berhasil diterbitkan untuk UMKM mitra
Penguatan branding	Banner usaha telah selesai terpasang dilokasi mitra
Digitalisasi Bisnis	Media sosial sudah mulai aktif
Evaluasi	Mitra mampu menjalankan aktivitas promosi digital mandiri

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Riffa Caffé, Desa Cibirusah Kota, Kecamatan Cibirusah, Kabupaten Bekasi menghasilkan berbagai capaian yang sesuai dengan tujuan program. Pendampingan difokuskan pada penguatan legalitas usaha, pengembangan identitas merek, serta optimalisasi digitalisasi bisnis sebagai langkah untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha. Seluruh rangkaian kegiatan dapat dilaksanakan sesuai rencana melalui keterlibatan aktif mitra sehingga menghasilkan perubahan yang terlihat baik dari aspek administratif maupun pengelolaan usaha. Selain

menghasilkan luaran berupa dokumen legalitas dan media promosi, program ini juga memberikan peningkatan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang lebih profesional serta adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Sebelum pendampingan dilakukan, kondisi awal menunjukkan bahwa Riffa Caffé belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), identitas visual usaha masih sederhana, dan kegiatan promosi lebih banyak bergantung pada informasi dari pelanggan maupun unggahan media sosial yang belum dikelola secara konsisten. Situasi tersebut menyebabkan potensi usaha yang sebelumnya pernah memperoleh perhatian luas melalui media sosial belum mampu dimanfaatkan secara optimal untuk memperluas pasar maupun meningkatkan daya saing usaha (Rusnendar et al., 2024).



Gambar 2. Proses Observasi pelaku UMKM

Hasil Pendampingan Legalitas Usaha

Salah satu hasil utama yang dicapai dalam program ini adalah diterbitkannya Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). Keberhasilan tersebut menjadi langkah penting dalam memperkuat status legalitas UMKM sekaligus memberikan kepastian hukum terhadap aktivitas usaha yang dijalankan. Dengan kepemilikan NIB, pelaku usaha memiliki peluang yang lebih besar untuk memperoleh akses terhadap berbagai program pembinaan, fasilitas pembiayaan, maupun kerja sama dengan berbagai pihak yang mendukung pengembangan UMKM.

Pendampingan yang diberikan tidak hanya berfokus pada proses administrasi penerbitan NIB, tetapi juga meningkatkan pemahaman pemilik usaha mengenai manfaat legalitas dalam menjalankan bisnis. Setelah memperoleh NIB, pelaku UMKM menunjukkan kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam mengembangkan usahanya karena telah memiliki identitas usaha yang diakui secara resmi.



Gambar 3. Hasil pendampingan Legalitas

Hasil Penguatan Branding Melalui Banner Usaha

Program pengabdian juga menghasilkan media branding berupa banner usaha yang digunakan sebagai identitas visual Riffa Caffee. Sebelum kegiatan berlangsung, lokasi usaha belum memiliki media yang mampu memperkenalkan nama maupun identitas usaha secara jelas kepada masyarakat. Setelah banner dipasang, tampilan tempat usaha menjadi lebih menarik, mudah dikenali, serta memberikan kesan yang lebih profesional bagi pelanggan maupun masyarakat yang melintas di sekitar lokasi.

Keberadaan banner memiliki fungsi yang lebih luas daripada sekadar penunjuk lokasi usaha. Media tersebut berperan dalam membangun citra merek, memperkuat identitas visual, serta meningkatkan daya ingat konsumen terhadap usaha. Identitas visual yang konsisten menjadi salah satu elemen penting dalam strategi branding karena mampu mendukung upaya menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan yang telah ada.



Gambar 4. Pemasangan Banner di outlet Riffa caffe

Hasil Pendampingan Digitalisasi Bisnis

Selain aspek legalitas dan branding, kegiatan pengabdian juga memberikan dampak terhadap peningkatan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Pendampingan dilakukan dengan mengoptimalkan platform digital yang telah dimiliki oleh pelaku usaha sehingga penyampaian informasi

mengenai produk, lokasi usaha, serta berbagai aktivitas promosi dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas.

Selama proses pendampingan, pemilik UMKM memperoleh pemahaman mengenai pentingnya menyusun konten promosi secara konsisten, menyampaikan informasi produk secara lebih lengkap, serta menjaga komunikasi dengan pelanggan melalui media digital. Peningkatan kemampuan tersebut diharapkan mampu membantu Riffa Caffe mempertahankan eksistensinya setelah sebelumnya memperoleh popularitas melalui media sosial.

Digitalisasi yang diterapkan dalam program ini tidak hanya diarahkan pada penggunaan teknologi sebagai media pemasaran, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir pelaku usaha agar lebih responsif terhadap perkembangan perilaku konsumen. Kemampuan memanfaatkan media digital secara optimal diharapkan dapat membuka peluang pasar yang lebih luas sekaligus memperkuat daya saing usaha dalam jangka panjang.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dampak program, dilakukan perbandingan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan pendampingan. Perubahan tersebut meliputi aspek legalitas usaha, identitas visual, branding, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi.

Tabel 2. Perbandingan Kondisi UMKM Sebelum dan Sesudah Pendampingan

No.	Aspek	Sebelum	Sesudah
1	Legalitas usaha	Belum memiliki NIB	Memiliki NIB
2	Identitas Usaha	Banner belum ada	Banner sudah terpasang
3	Branding	Identitas visual terbatas	Identitas usaha lebih mudah dikenali
4	Digitalisasi Bisnis	Promosi belum dikelola	Media digital mulai dimanfaatkan

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Riffa Caffe di Desa Cibusah Kota telah mencapai tujuan yang ditetapkan melalui penguatan aspek legalitas, branding, dan digitalisasi bisnis. Hasil evaluasi *before-after* menunjukkan adanya perubahan kondisi mitra setelah pendampingan, ditandai dengan berhasil diterbitkannya NIB, tersedianya banner sebagai identitas usaha, serta meningkatnya pemanfaatan media digital untuk mendukung kegiatan promosi.

Pendampingan terpadu tersebut memberikan peningkatan pada kesiapan mitra dalam mengelola usaha secara lebih terarah. Legalitas memberikan dasar formal bagi usaha, branding memperkuat identitas yang lebih mudah dikenali, sedangkan digitalisasi membantu memperluas penyampaian informasi dan promosi kepada konsumen. Dengan demikian, integrasi ketiga aspek tersebut dapat menjadi pendekatan yang relevan dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di tingkat lokal.

Untuk menjaga keberlanjutan hasil program, pendampingan sebaiknya dilanjutkan melalui monitoring secara berkala untuk melihat perkembangan penerapan hasil kegiatan. Pengembangan berikutnya dapat diarahkan pada pelatihan *content marketing*, pemanfaatan marketplace dan Google Business Profile, serta penguatan pencatatan keuangan secara digital. Langkah tersebut diharapkan dapat membantu mitra mengelola pemasaran dan keuangan secara lebih terstruktur sehingga keberlanjutan dan

perkembangan UMKM dapat semakin optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Author menyampaikan ucapan terima kasih kepada **Universitas Pelita Bangsa** yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai bagian dari implementasi tridarma perguruan tinggi. Apresiasi juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Cibarusah Kota, Kecamatan Cibarusah, Kabupaten Bekasi atas dukungan, kerja sama, dan fasilitasi selama kegiatan pengabdian berlangsung.

Ucapan terima kasih juga diberikan kepada pemilik **UMKM Riffa Caffé** yang telah berpartisipasi secara aktif sebagai mitra pengabdian, mulai dari proses identifikasi permasalahan, pelaksanaan program pendampingan, hingga evaluasi hasil kegiatan. Partisipasi dan keterbukaan mitra menjadi faktor penting dalam keberhasilan program pendampingan legalitas usaha, penguatan branding, dan digitalisasi bisnis.

Penulis turut mengapresiasi dosen pembimbing lapangan serta seluruh anggota kelompok Kuliah Kerja Nyata yang telah memberikan arahan, masukan, dan kerja sama selama proses perencanaan, pelaksanaan, hingga penyusunan artikel pengabdian ini. Sinergi yang terjalin antar seluruh pihak diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendukung pemberdayaan UMKM yang lebih berdaya saing, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, J., & Qurratu'aini, N. I. (2025). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Sistem Online Single Submission (OSS) untuk Usaha Mikro Berbasis Jasa Konveksi Rumah Tangga. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 2(2), 42–45. <https://doi.org/10.62759/jpim.v2i2.251>
- Habibi, M. R. (2025). *Analisis Deskriptif Kualitatif tentang Peran Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah (UMKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. 2(2).
- Investasi, K. (2025). *nib*. <https://investindonesia.go.id/>. https://investindonesia.go.id/id/info/siaran-pers/genap-tiga-tahun-oss-berbasis-risiko-terbitkan-10-juta-nib?utm_source=chatgpt.com
- Kementerian Keuangan RI. (2025). *DATA UMKM*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/>.
- Rusmayani, A., Qolbiyah, L., Permatasari, W., Pertanian, P. S., Pertanian, F., Mukti, U. W., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Mukti, U. W., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Mukti, U. W., Lampegan, D., Ibum, K., & Lampegan, D. (2025). *PENDAMPINGAN PEMBUATAN NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) SEBAGAI DASAR LEGALITAS USAHA PADA UMKM DESA*. 5(2), 1–7.
- Rusnendar, E., Musadat, I. A., Pramayuda, A., & Purnama, S. (2024). Pemanfaatan Media Digital Untuk Pemasaran. *In Search*, 23(2), 79–83. <https://doi.org/10.37278/insearch.v23i2.1038>
- Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 330–337.
- Zusrony, E., Santoso, A. B., Widyaningsih, D., Dianta, I. A., Purhita, E. J., Sumarlin, T., Aqham, A. A., Andriana, M., Fitrianto, Y., & Kusumaningtyas, D. D. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital dalam Upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ADMA : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.30812/adma.v5i1.4023>