

Pemberdayaan UMKM Berbasis Kebutuhan melalui Pendampingan Legalitas dan Penguatan Kapasitas Usaha

Kemala Hasanah^{1*}, Asib Dwi Kuryanto², Agung Cahyo Prabowo³

¹²³Universitas Modern Al Rifa'ie Indonesia. Alamat Jl. Raya Ketawang No.99, Ketawang, Kec. Gondanglegi, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65174

Kilas Artikel

Volume 6 Nomor 2

Agustus 2026

DOI:<https://doi.org/10.58466/literasi>

Article History

Submission: 11-09-2026

Revised: 30-10-2026

Accepted: 30-10-2026

Published: 30-10-2026

Kata Kunci:

digital marketing; legalitas usaha; pemberdayaan UMKM; pendampingan berbasis kebutuhan; penguatan kapasitas usaha

Keywords:

business capacity strengthening; business legality; digital marketing; MSME empowerment; needs-based assistance

Korespondensi:

Kemala Hasanah

kemalahasanah3@gmail.com

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memerlukan penguatan pada aspek legalitas dan kapasitas usaha sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing pelaku usaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM di Desa Ketawang, Kecamatan Gondanglegi, Kabupaten Malang melalui pendampingan legalitas dan penguatan kapasitas usaha berbasis kebutuhan. Kegiatan dilaksanakan melalui skema Kuliah Kerja Nyata Tematik-Kuliah Berbasis Pemberdayaan Kewirausahaan (KKNT-KBPK) dengan melibatkan 22 UMKM sebagai mitra. Pelaksanaan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan, pendampingan, monitoring, serta evaluasi. Pendampingan difokuskan pada pemenuhan legalitas melalui Nomor Induk Berusaha (NIB) dan penguatan kapasitas usaha melalui digital marketing atau perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan penentuan harga jual sesuai kebutuhan mitra. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh 22 UMKM berhasil memperoleh NIB. Sebanyak 19 UMKM memperoleh pendampingan digital marketing melalui pemanfaatan media sosial, sedangkan 3 UMKM memperoleh pendampingan perhitungan HPP dan penentuan harga jual. Kegiatan memberikan dampak awal berupa terpenuhinya legalitas dasar serta bertambahnya pengalaman dan pemahaman mitra dalam pemasaran digital maupun pengelolaan biaya usaha. Pendampingan berbasis kebutuhan dapat menjadi dasar bagi pemberdayaan UMKM yang adaptif dan berkelanjutan.

Abstract

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) require strengthening in terms of business legality and business capacity according to the conditions and needs of individual business actors. This community service program aimed to empower MSMEs in Ketawang Village, Gondanglegi District, Malang Regency, through needs-based assistance in business legality and capacity strengthening. The program was implemented through the Thematic Community Service Program-Entrepreneurship Empowerment-Based Program (KKNT-KBPK), involving 22 MSMEs as partners. The activities included needs identification, assistance, monitoring, and evaluation. The assistance focused on obtaining Business Identification Numbers (NIB) and strengthening business capacity through digital marketing or Cost of Goods Manufactured (COGM) calculation and selling price determination based on partners' needs. The results showed that all 22 MSMEs successfully obtained NIBs.



Furthermore, 19 MSMEs received digital marketing assistance through the use of social media, while three MSMEs received assistance in COGM calculation and selling price determination. The program generated initial impacts by fulfilling basic business legality requirements and improving partners' experience and understanding of digital marketing and business cost management. Needs-based assistance can serve as a foundation for adaptive and sustainable MSME empowerment.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat melalui penciptaan kegiatan ekonomi produktif, pemanfaatan potensi lokal, serta penyediaan lapangan kerja. Namun, pengembangan UMKM tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga membutuhkan penguatan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan usahanya. Industri mikro dan kecil masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain pada aspek sumber daya manusia, pengelolaan usaha, akses, dan legalitas (Badan Pusat Statistik, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM perlu dilakukan secara kontekstual dengan memperhatikan kondisi dan kebutuhan pelaku usaha.

Kebutuhan tersebut ditemukan pada pelaku UMKM di Desa Ketawang, Kecamatan Gondanglegi, Kabupaten Malang. Hasil identifikasi awal menetapkan 22 UMKM sebagai mitra kegiatan yang seluruhnya belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Mitra merupakan usaha perorangan berskala mikro dengan bidang usaha yang beragam, meliputi makanan dan minuman, laundry, jasa jahit, bengkel, serta jenis usaha lainnya, dengan usaha makanan dan minuman sebagai kelompok dominan. Jangkauan konsumen sebagian besar masih berada di sekitar lingkungan tempat tinggal sehingga pemasaran relatif terbatas. Selain itu, kondisi usaha menunjukkan adanya kebutuhan penguatan kapasitas yang berbeda antarmitra, terutama pada aspek pemasaran digital dan pengelolaan biaya usaha.

Legalitas menjadi salah satu kebutuhan mendasar bagi pelaku UMKM. Dalam penyelenggaraan perizinan berusaha berbasis risiko, NIB menjadi bagian penting dalam identitas dan legalitas pelaku usaha (Pemerintah Republik Indonesia, 2025). Pemberdayaan UMKM secara lebih luas juga memperoleh landasan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Pemerintah Republik Indonesia, 2021). Dengan demikian, pemenuhan legalitas dapat ditempatkan sebagai fondasi awal yang perlu diikuti dengan penguatan kapasitas sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan usaha.

Selain legalitas, pemasaran menjadi tantangan bagi UMKM dengan jangkauan konsumen yang masih terbatas. Pemanfaatan media digital dapat menjadi alternatif bagi pelaku usaha untuk mengenalkan produk dan memperluas jangkauan pemasaran. Arisetyawan et al. (2023) menunjukkan adanya peningkatan pemahaman digital marketing pada pelaku UMKM setelah kegiatan sosialisasi dan pendampingan. Al Hafiz et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pendampingan dapat membantu UMKM yang sebelumnya belum melakukan pemasaran secara daring untuk mulai memanfaatkan media pemasaran digital. Namun, kebutuhan penguatan kapasitas tidak selalu sama pada setiap UMKM. Sebagian pelaku usaha dapat lebih membutuhkan penguatan pada aspek pengelolaan biaya, termasuk pemahaman mengenai Harga Pokok Produksi (HPP) dan penentuan harga jual. Pendampingan pada aspek tersebut dapat membantu pelaku UMKM mengenali biaya produksi sebagai salah satu dasar dalam mempertimbangkan harga jual (Saputra et al., 2023).



Berbagai kegiatan pengabdian terdahulu menunjukkan bahwa pendampingan UMKM telah dilakukan melalui bentuk intervensi yang beragam. Safira et al. (2024) melakukan pendampingan pembuatan NIB melalui Online Single Submission (OSS) untuk membantu UMKM memenuhi aspek legalitas usaha. Pada aspek pemasaran, Quenby dan Ikaningtyas (2023) menerapkan pendampingan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. Sementara itu, Marchaeni dan Wafa (2023) mengintegrasikan pendampingan pembuatan NIB dengan perhitungan HPP. Kajian terhadap kegiatan-kegiatan tersebut menunjukkan bahwa legalitas, pemasaran digital, dan pengelolaan biaya telah menjadi bagian penting dalam pemberdayaan UMKM, tetapi bentuk pendampingannya dapat berbeda sesuai dengan persoalan dan kebutuhan pelaku usaha.

Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian di Desa Ketawang mengembangkan pendampingan berbasis kebutuhan. Legalitas ditempatkan sebagai kebutuhan dasar seluruh mitra, sedangkan penguatan kapasitas usaha disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing UMKM melalui pendampingan digital marketing atau perhitungan HPP dan penentuan harga jual. Pendekatan tersebut menjadi nilai pengembangan kegiatan karena tidak menempatkan seluruh mitra sebagai kelompok dengan kebutuhan yang seragam. Kegiatan ini juga menjadi bagian dari tahap awal Program Inkubator UMKM, sehingga hasil identifikasi dan pendampingan dapat menjadi pijakan bagi pengembangan program secara bertahap dan berkelanjutan.

Berdasarkan permasalahan dan kebutuhan mitra tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM di Desa Ketawang melalui pendampingan legalitas dan penguatan kapasitas usaha berbasis kebutuhan. Pendampingan diarahkan pada pemenuhan NIB sebagai legalitas dasar serta penguatan kapasitas melalui digital marketing atau perhitungan HPP dan penentuan harga jual sesuai dengan kebutuhan masing-masing UMKM.

2. METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Ketawang, Kecamatan Gondanglegi, Kabupaten Malang melalui skema Kuliah Kerja Nyata Tematik-Kuliah Berbasis Pemberdayaan Kewirausahaan (KKNT-KBPK) pada Mei-Juli 2026. Pendampingan intensif kepada mitra berlangsung pada 16–24 Juli 2026 dan diakhiri dengan kegiatan puncak pada 25 Juli 2026. Sasaran kegiatan terdiri atas 22 UMKM berskala mikro yang ditetapkan melalui proses identifikasi dan verifikasi berdasarkan kondisi dan kebutuhan usaha. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan pendampingan berbasis kebutuhan dan kolaboratif, dengan melibatkan mahasiswa sebagai pendamping lapangan di bawah koordinasi dosen/DPL serta dukungan pemerintah desa dan pihak terkait.

Pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui enam tahapan yang saling berkaitan. Tahap pertama berupa persiapan dan koordinasi, meliputi peninjauan awal, koordinasi dengan pemerintah desa, survei lokasi, penetapan DPL, dan pembekalan mahasiswa. Tahap kedua adalah identifikasi dan verifikasi mitra melalui kunjungan langsung kepada calon mitra untuk menggali kondisi dan kebutuhan usaha. Hasil identifikasi diverifikasi bersama DPL hingga ditetapkan 22 UMKM sebagai mitra sekaligus menjadi dasar dalam menentukan bentuk pendampingan yang sesuai. Tahap ketiga adalah pendampingan UMKM melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha. Pendampingan legalitas berupa pemenuhan Nomor Induk Berusaha (NIB) diberikan kepada seluruh mitra, sedangkan penguatan kapasitas diberikan sesuai kebutuhan melalui digital marketing atau perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan penentuan harga jual.



Tahap keempat berupa monitoring dan koordinasi oleh DPL untuk meninjau perkembangan pendampingan dan menentukan tindak lanjut terhadap kebutuhan yang ditemukan di lapangan. Tahap kelima adalah puncak dan penutupan kegiatan pada 25 Juli 2026 yang mencakup sosialisasi legalitas usaha bersama Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Malang serta penyerahan cetak NIB kepada mitra. Tahap keenam berupa evaluasi dan pelaporan untuk meninjau ketercapaian kegiatan dan perubahan awal pada kondisi mitra.

Perangkat yang digunakan dalam pendampingan disesuaikan dengan bentuk intervensi, meliputi data administrasi usaha untuk pengurusan NIB, perangkat digital dan media sosial Facebook, Instagram, dan/atau TikTok untuk pendampingan pemasaran, serta data komponen biaya usaha untuk perhitungan HPP dan penentuan harga jual. Komunikasi dan pendampingan dilakukan menggunakan Bahasa Indonesia serta bahasa yang mudah dipahami oleh mitra sesuai konteks interaksi di lapangan. Mitra terlibat secara aktif dengan menyediakan informasi dan data usaha, mengikuti proses pendampingan, serta menerapkan hasil pendampingan sesuai dengan kebutuhan usahanya.

Evaluasi dilakukan secara deskriptif berdasarkan ketercapaian indikator kegiatan dan perubahan kondisi mitra sebelum dan setelah pendampingan yang terdokumentasi selama pelaksanaan program. Indikator utama meliputi kepemilikan NIB serta terlaksananya penguatan kapasitas melalui digital marketing atau HPP dan penentuan harga jual sesuai kebutuhan mitra. Data hasil kegiatan direkap dan dianalisis menggunakan jumlah dan persentase ketercapaian, kemudian disajikan secara deskriptif untuk menggambarkan hasil pendampingan. Dokumentasi kegiatan dan laporan mahasiswa digunakan sebagai data pendukung dalam mengevaluasi proses dan hasil program.

3. HASIL & PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan melibatkan 22 UMKM di Desa Ketawang, Kecamatan Gondanglegi, Kabupaten Malang. Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa seluruh mitra belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sementara kebutuhan penguatan kapasitas usaha menunjukkan kondisi yang berbeda antarmitra. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, pendampingan dilaksanakan dengan menempatkan legalitas sebagai kebutuhan dasar bagi seluruh mitra, sedangkan penguatan kapasitas usaha diberikan sesuai dengan kebutuhan masing-masing UMKM. Sebanyak 19 UMKM memperoleh pendampingan digital marketing dan 3 UMKM memperoleh pendampingan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) serta penentuan harga jual.

Pendampingan dilakukan melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha masing-masing mitra pada 16–24 Juli 2026. Pola kunjungan langsung memungkinkan pendamping memperoleh informasi mengenai kondisi usaha sekaligus mendampingi mitra dalam menerapkan solusi sesuai kebutuhannya. Pada aspek legalitas, pendampingan mencakup penyiapan data dan proses pendaftaran NIB. Pada aspek digital marketing, pendampingan diarahkan pada pengenalan dan pemanfaatan Facebook, Instagram, dan/atau TikTok sebagai media pemasaran. Sementara itu, pada mitra yang membutuhkan penguatan pengelolaan biaya, pendampingan dilakukan melalui identifikasi komponen biaya, perhitungan HPP, dan penentuan harga jual.

Distribusi bentuk pendampingan menunjukkan bahwa kebutuhan legalitas merupakan persoalan yang ditemukan pada seluruh mitra, sedangkan kebutuhan penguatan kapasitas bersifat lebih spesifik. Sebagaimana disajikan pada Tabel 1, seluruh



22 UMKM memperoleh pendampingan legalitas, sementara bentuk penguatan kapasitas terbagi menjadi digital marketing dan HPP serta penentuan harga jual.

Tabel 1 Distribusi Pendampingan UMKM Berdasarkan Kebutuhan

Bentuk Pendampingan	Jumlah UMKM	Persentase
Legalitas melalui NIB	22	100%
Digital marketing	19	86,4%
HPP dan penentuan harga jual	3	13,6%

Sumber: Data pelaksanaan KKNT-KBPK, diolah Tim Pengabdian, 2026.

Pendampingan legalitas menghasilkan penerbitan NIB bagi seluruh mitra. Dengan demikian, 22 UMKM yang pada kondisi awal belum memiliki NIB telah memperoleh legalitas dasar usaha setelah mengikuti kegiatan. Cetak NIB diserahkan kepada pelaku UMKM pada puncak kegiatan KKNT-KBPK tanggal 25 Juli 2026. Proses pendampingan UMKM dan penyerahan NIB kepada mitra didokumentasikan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. Capaian tersebut menunjukkan keterpenuhan target pendampingan legalitas yang sejak awal ditetapkan bagi seluruh mitra.



Gambar 1 Pendampingan UMKM dan Penyerahan NIB kepada Mitra

Sumber: Data Pelaksanaan KKNT-KBPK, 2026

Pada aspek penguatan kapasitas, 19 UMKM memperoleh pendampingan digital marketing sesuai dengan kondisi dan kesiapan masing-masing usaha. Pendampingan tidak diarahkan pada penggunaan satu platform yang seragam, tetapi disesuaikan dengan media yang dapat digunakan oleh mitra, yaitu Facebook, Instagram, dan/atau TikTok. Hasil pendampingan berupa mulai digunakannya media digital sebagai sarana untuk mengenalkan produk dan mendukung kegiatan pemasaran. Salah satu bentuk hasil pendampingan digital marketing berupa konten promosi usaha mitra disajikan pada Gambar 2. Pendampingan juga memberikan pengalaman awal kepada mitra dalam mengelola media digital untuk kepentingan usahanya.





Gambar 2 Contoh Konten Promosi Hasil Pendampingan Digital Marketing
Sumber: Data Pelaksanaan KKNT-KBPK, 2026

Tiga UMKM lainnya memperoleh pendampingan perhitungan HPP dan penentuan harga jual. Pendampingan dilakukan dengan mengidentifikasi komponen biaya yang digunakan dalam proses produksi, menghitung HPP, serta menggunakan hasil perhitungan tersebut sebagai pertimbangan dalam menentukan harga jual. Setelah pendampingan, ketiga mitra memiliki dasar perhitungan biaya yang lebih terstruktur untuk digunakan dalam pengelolaan usahanya.

Perubahan kondisi mitra setelah kegiatan tidak hanya terlihat pada keluaran berupa NIB maupun media pemasaran, tetapi juga pada bertambahnya pengalaman dan pemahaman mitra terhadap aspek usaha yang didampingi. Perbandingan kondisi sebelum dan setelah pendampingan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Perubahan Kondisi Mitra Sebelum dan Setelah Pendampingan

Aspek	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
Legalitas usaha	22 UMKM belum memiliki NIB	22 UMKM telah memiliki NIB
Digital marketing	Pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran masih terbatas	19 UMKM memperoleh pendampingan dan mulai memanfaatkan media sosial untuk mendukung pemasaran
HPP dan harga jual	Mitra sasaran belum menggunakan perhitungan HPP secara terstruktur sebagai dasar pertimbangan harga	3 UMKM memperoleh pendampingan HPP dan memiliki dasar pertimbangan biaya dalam menentukan harga jual

Sumber: Data pelaksanaan KKNT-KBPK, diolah Tim Pengabdian, 2026.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa perubahan yang dapat diamati selama periode kegiatan terutama berada pada aspek legalitas dan kapasitas awal pelaku usaha. Seluruh mitra telah memiliki NIB, sedangkan penguatan kapasitas menghasilkan pengalaman awal dalam pemanfaatan media digital bagi 19 UMKM serta pemahaman



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301

yang lebih terarah mengenai HPP dan penentuan harga jual bagi 3 UMKM. Dampak ekonomi seperti peningkatan omzet, penambahan jumlah pelanggan, atau perluasan pasar belum dinilai sebagai hasil kegiatan karena membutuhkan periode pengamatan yang lebih panjang.

3.2 Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kebutuhan pemberdayaan UMKM di Desa Ketawang tidak sepenuhnya bersifat seragam. Seluruh mitra menghadapi persoalan yang sama pada aspek legalitas, tetapi kebutuhan penguatan kapasitas usaha menunjukkan perbedaan. Kondisi tersebut menjadi dasar penerapan pendampingan berbasis kebutuhan, yaitu dengan menempatkan legalitas sebagai kebutuhan dasar seluruh mitra dan mengarahkan penguatan kapasitas pada aspek yang lebih relevan bagi masing-masing usaha. Pola ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM dapat dilakukan melalui kombinasi antara intervensi yang bersifat umum dan intervensi yang lebih spesifik sesuai dengan kondisi mitra.

Keberhasilan penerbitan NIB bagi seluruh 22 UMKM menjadi capaian dasar dalam program ini. Sebelum pendampingan, seluruh mitra telah menjalankan aktivitas usaha, tetapi belum memiliki NIB. Setelah pendampingan, seluruh mitra memperoleh legalitas tersebut. Capaian ini penting karena NIB merupakan bagian dari identitas dan legalitas pelaku usaha dalam penyelenggaraan perizinan berusaha berbasis risiko (Pemerintah Republik Indonesia, 2025). Dalam konteks pemberdayaan, pemenuhan legalitas tidak hanya menghasilkan dokumen administratif, tetapi juga menjadi langkah awal untuk menempatkan usaha yang sebelumnya berjalan secara informal ke dalam kerangka usaha yang lebih tertib.

Hasil tersebut sejalan dengan kegiatan Safira et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pendampingan pembuatan NIB melalui OSS dapat membantu pelaku UMKM dalam memenuhi legalitas usahanya. Marchaeni dan Wafa (2023) juga menempatkan pendampingan NIB sebagai bagian dari penguatan UMKM yang dikombinasikan dengan pendampingan pengelolaan usaha. Kesamaan hasil tersebut memperlihatkan bahwa pendampingan langsung memiliki peran penting ketika pelaku UMKM belum memiliki kemampuan atau pengalaman yang memadai dalam mengakses proses perizinan secara mandiri. Dalam kegiatan di Desa Ketawang, kebutuhan tersebut bahkan ditemukan pada seluruh mitra, sehingga legalitas ditempatkan sebagai fondasi bersama sebelum penguatan kapasitas usaha dikembangkan lebih lanjut.

Setelah kebutuhan dasar tersebut dipenuhi, hasil kegiatan memperlihatkan bahwa kebutuhan penguatan kapasitas mitra terbagi menjadi dua bentuk. Sebanyak 19 dari 22 UMKM atau 86,4% memperoleh pendampingan digital marketing, sedangkan 3 UMKM atau 13,6% memperoleh pendampingan HPP dan penentuan harga jual. Dominannya kebutuhan digital marketing berkaitan dengan kondisi awal mitra yang sebagian besar masih memiliki jangkauan konsumen di sekitar lingkungan tempat tinggal dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Pendampingan melalui Facebook, Instagram, dan/atau TikTok memberikan pengalaman awal kepada mitra untuk mulai menggunakan media sosial sebagai bagian dari aktivitas pemasaran.

Temuan tersebut memiliki kesesuaian dengan beberapa kegiatan pengabdian terdahulu. Arisetyawan et al. (2023) menunjukkan bahwa sosialisasi dan pendampingan digital marketing dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemasaran digital. Al Hafiz et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pendampingan dapat membantu UMKM yang sebelumnya belum melakukan pemasaran secara daring untuk mulai menggunakan media pemasaran digital. Sementara itu, Quenby dan Ikaningtyas (2023)



menerapkan digital marketing sebagai strategi untuk mendukung pemasaran UMKM. Hasil-hasil tersebut memperkuat bahwa media digital dapat digunakan sebagai salah satu bentuk penguatan kapasitas pemasaran UMKM, terutama bagi pelaku usaha yang sebelumnya masih terbatas dalam memanfaatkan saluran pemasaran digital (Al Hafiz et al., 2024; Arisetyawan et al., 2023; Quenby & Ikaningtyas, 2023).

Meskipun demikian, hasil pendampingan di Desa Ketawang perlu dimaknai secara proporsional. Mulainya penggunaan Facebook, Instagram, dan/atau TikTok oleh mitra menunjukkan perubahan pada kapasitas awal dan praktik pemasaran, tetapi belum secara langsung menunjukkan peningkatan kinerja pemasaran. Perubahan jumlah pelanggan, jangkauan pasar, volume penjualan, maupun omzet membutuhkan periode pengamatan yang lebih panjang. Oleh karena itu, hasil digital marketing dalam kegiatan ini lebih tepat dipahami sebagai terbentuknya pengalaman dan kemampuan awal mitra untuk menggunakan media digital sebagai sarana pemasaran, bukan sebagai bukti bahwa pemasaran digital telah meningkatkan pendapatan usaha.

Perbedaan kebutuhan semakin terlihat pada tiga UMKM yang memperoleh pendampingan HPP dan penentuan harga jual. Bagi kelompok ini, persoalan yang lebih relevan bukan pada penggunaan media digital, melainkan pada pemahaman terhadap biaya yang dikeluarkan dalam menghasilkan produk. Pendampingan membantu mitra mengidentifikasi komponen biaya dan melakukan perhitungan HPP sehingga penentuan harga jual dapat memiliki dasar pertimbangan biaya yang lebih terstruktur. Hasil ini sejalan dengan Saputra et al. (2023) yang menunjukkan pentingnya pendampingan perhitungan HPP bagi UMKM sebagai dasar dalam mengenali biaya produksi dan mempertimbangkan harga jual. Pendampingan NIB dan HPP secara bersamaan juga ditemukan dalam kegiatan Marchaeni dan Wafa (2023), yang menunjukkan bahwa kebutuhan legalitas dan pengelolaan biaya dapat muncul dalam satu rangkaian penguatan UMKM (Marchaeni & Wafa, 2023; Saputra et al., 2023).

Perbedaan antara 19 UMKM yang memperoleh pendampingan digital marketing dan 3 UMKM yang memperoleh pendampingan HPP menjadi temuan penting dalam pelaksanaan program. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa kesamaan status sebagai usaha mikro tidak serta-merta menghasilkan kesamaan kebutuhan pendampingan. Pelaku usaha dapat berada pada kondisi dan menghadapi persoalan yang berbeda sehingga bentuk intervensi yang relevan juga dapat berbeda. Dengan demikian, pemberdayaan tidak hanya berkaitan dengan jenis materi yang diberikan, tetapi juga dengan ketepatan antara bentuk pendampingan dan kebutuhan aktual mitra.

Dalam konteks tersebut, pendampingan berbasis kebutuhan menjadi nilai pengembangan utama kegiatan ini. Intervensi berupa NIB, digital marketing, maupun HPP bukan merupakan bentuk pendampingan yang sepenuhnya baru karena telah diterapkan pada berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya (Marchaeni & Wafa, 2023; Quenby & Ikaningtyas, 2023; Safira et al., 2024; Saputra et al., 2023). Nilai pengembangan program justru terletak pada cara intervensi tersebut ditempatkan dalam satu kerangka pendampingan: kebutuhan yang sama ditangani secara bersama, sedangkan kebutuhan yang berbeda ditangani melalui penguatan kapasitas yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing mitra. Pendekatan tersebut menghindari asumsi bahwa seluruh UMKM memerlukan jenis intervensi yang sama.

Pola pendampingan tersebut juga memberikan ruang bagi mitra untuk terlibat dalam proses pemberdayaan. Mitra tidak hanya menjadi penerima keluaran program, tetapi menyediakan informasi mengenai kondisi usaha, melengkapi data untuk proses legalitas, serta terlibat dalam penggunaan media digital atau penghitungan biaya sesuai



dengan bentuk pendampingan yang diterima. Keterlibatan tersebut penting karena keberlanjutan hasil kegiatan pada akhirnya bergantung pada kemampuan mitra untuk menggunakan dan mengembangkan hasil pendampingan setelah program selesai. Kepemilikan NIB dapat dipertahankan sebagai legalitas dasar, tetapi pemanfaatan media sosial maupun penerapan perhitungan HPP membutuhkan praktik secara berkelanjutan oleh pelaku usaha.

Hasil kegiatan sekaligus menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM melalui pendampingan singkat memiliki batas capaian. Program telah menghasilkan perubahan yang dapat diamati pada aspek legalitas dan kapasitas awal usaha, tetapi belum dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya peningkatan kinerja ekonomi mitra. Tidak dilakukannya pengukuran jangka panjang terhadap omzet, jumlah pelanggan, volume penjualan, atau perluasan pasar menjadi keterbatasan dalam menilai dampak ekonomi kegiatan. Dengan demikian, keberlanjutan pendampingan dan monitoring pascaprogram diperlukan untuk mengetahui sejauh mana legalitas yang telah diperoleh, media digital yang mulai digunakan, dan kemampuan menghitung HPP benar-benar dimanfaatkan dalam pengembangan usaha.

Posisi KKNT-KBPK sebagai tahap awal Program Inkubator UMKM memberikan peluang untuk menindaklanjuti kebutuhan tersebut secara bertahap. Hasil pendampingan dapat digunakan sebagai pemetaan awal untuk menentukan penguatan berikutnya, seperti optimalisasi pemasaran digital, peningkatan kualitas konten promosi, konsistensi penerapan perhitungan biaya, pengembangan produk, maupun pemenuhan legalitas dan sertifikasi lanjutan sesuai kebutuhan usaha. Dengan demikian, kontribusi kegiatan tidak hanya terletak pada keluaran berupa 22 NIB dan terlaksananya penguatan kapasitas bagi seluruh mitra, tetapi juga pada terbentuknya basis informasi mengenai kebutuhan UMKM yang dapat digunakan untuk merancang pemberdayaan secara lebih adaptif dan berkelanjutan. Rangkaian pelaksanaan kegiatan pengabdian secara keseluruhan didokumentasikan sebagaimana disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3 Rekap Pelaksanaan Kegiatan
Sumber: Data Pelaksanaan KKNT-KBPK, 2026

4. KESIMPULAN

Pendampingan berbasis kebutuhan dalam pemberdayaan UMKM di Desa Ketawang menunjukkan bahwa kesamaan karakteristik sebagai usaha mikro tidak selalu diikuti oleh kesamaan kebutuhan pengembangan usaha. Legalitas menjadi kebutuhan dasar yang perlu dipenuhi oleh seluruh mitra, sedangkan penguatan kapasitas memerlukan pendekatan yang lebih adaptif sesuai dengan kondisi masing-masing usaha, terutama pada aspek pemasaran digital serta pengelolaan biaya dan penentuan harga jual. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM tidak cukup dilakukan melalui pemberian intervensi yang seragam, tetapi perlu



diawali dengan identifikasi kebutuhan agar bentuk pendampingan lebih relevan dengan persoalan yang dihadapi mitra.

Kegiatan ini memberikan perubahan awal pada aspek legalitas dan kapasitas usaha, tetapi belum dapat menunjukkan dampak ekonomi jangka panjang seperti peningkatan omzet, jumlah pelanggan, atau perluasan pasar. Oleh karena itu, pendampingan perlu dilanjutkan melalui monitoring dan penguatan secara bertahap untuk memastikan hasil kegiatan benar-benar diterapkan dan berkembang dalam praktik usaha. Pendekatan berbasis kebutuhan yang telah diterapkan melalui KKNT-KBPK dapat menjadi pijakan bagi pengembangan Program Inkubator UMKM yang lebih adaptif dan berkelanjutan, dengan bentuk pendampingan lanjutan ditentukan berdasarkan perkembangan dan kebutuhan aktual masing-masing mitra.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Universitas Modern Al Rifa'ie Indonesia melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan KKNT-KBPK. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Ketawang, Pemerintah Kecamatan Gondanglegi melalui Kepala Seksi (Kasi) Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat (PPM), Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Malang, serta RS Pindad Turen atas dukungan dan kolaborasi dalam pelaksanaan kegiatan. Apresiasi disampaikan kepada Paguyuban UMKM Kecamatan Gondanglegi, khususnya Ketua Paguyuban, atas dukungan dalam membangun keterhubungan dengan pelaku UMKM, serta kepada seluruh UMKM mitra di Desa Ketawang atas partisipasi aktif selama proses pendampingan. Terima kasih juga disampaikan kepada mahasiswa KKNT-KBPK yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan pendampingan di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hafiz, R., Lathiefah, A. I., Nicola MP, E., Setiadi, J. A. N., & Marcella, A. W. (2024). Sosialisasi dan pendampingan digital marketing kepada UMKM produk “Rengginang Sakti” Desa Badran dalam rangka memperluas pangsa pasar. *Jurnal Bina Desa*, 6(2), 238–243. <https://doi.org/10.15294/jbd.v6i2.49541>
- Arisetyawan, K., Rachmawati, L., Nur'aini, S., Nur Adha, A. A., Firmansyah, A. H., Ardini, C. A., & Ariyadi, A. A. (2023). Sosialisasi digital marketing UMKM dalam optimalisasi potensi ekonomi desa. *International Journal of Community Service Learning*, 7(2), 239–247. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v7i2.56878>
- Badan Pusat Statistik. (2025). Profil industri mikro dan kecil 2024. Badan Pusat Statistik.
- Marchaeni, N. K. F. D., & Wafa, Z. (2023). Pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha dan perhitungan harga pokok produksi pada UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, 3(1), 88–96. <https://doi.org/10.55606/jpkmi.v3i1.1284>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 17, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6619.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2025). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2025 Nomor 98, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 7115.



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301

- Quenby, C. C., & Ikaningtyas, M. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UMKM Pakan Super Klasik. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 90-96. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i2.153>
- Safira, A. N., Septiyah, A., Mardiansyah, N., & Qurratu'aini, N. I. (2024). Pendampingan UMKM dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) di Desa Kedungbendo melalui OSS. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 88-92. <https://doi.org/10.47776/praxis.v3i1.1086>
- Saputra, J., Desriyati, W., Handayani, T., & Putra, S. A. (2023). Pendampingan perhitungan harga pokok produksi pada UMKM pengelolaan tempe. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(10), 2448-2454.

