

Pemberdayaan UMKM Desa Gombong melalui Program KKN Universitas Cipasung Tasikmalaya: *Go Legal, Go Digital, Go Market*

Viska Putria Ananda, Laelatul Farida*, Amelia Utari, Yusup Mubinudin, Wilda Hurriyah,
Taufiqurrahman, Erik Kiswanto, Kisti Wijayanti, Yunisa Fauziah, Alya Fadilah
Universitas Cipasung, Tasikmalaya, Indonesia

Coresponding Author: laelafrda21@gmail.com
Dikirim: 01-11-2025; Direvisi: 21-11-2025; Diterima: 23-11-2025

Abstrak: Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Cipasung 2025 di Desa Gombong, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Tasikmalaya, bertujuan memberdayakan UMKM dalam menghadapi persaingan dan transformasi digital. UMKM desa ini membutuhkan pendampingan menyeluruh mulai dari legalitas, digitalisasi, hingga pemasaran agar berkembang profesional dan berkelanjutan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan legalitas usaha melalui fasilitasi Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal; memperkuat kapasitas digital melalui pelatihan branding, media sosial, marketplace, dan pemetaan lokasi digital; meningkatkan kemampuan pemasaran dan manajemen keuangan melalui strategi Go Market dan penggunaan aplikasi keuangan; serta mendorong kemandirian dan daya saing UMKM melalui kolaborasi lintas sektor dan pelibatan generasi muda. Program menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)*, melibatkan masyarakat, pelaku UMKM, dan pemerintah desa aktif dalam identifikasi masalah, perencanaan, aksi, pendampingan, dan evaluasi, sehingga program dilakukan bersama-sama dengan masyarakat. Pelaksanaan program menunjukkan capaian signifikan: beberapa UMKM memperoleh NIB dan pendampingan sertifikasi halal, pelatihan digital berhasil meningkatkan kemampuan membuat konten, menggunakan media sosial, Google Maps, dan marketplace. Dalam pemasaran dan keuangan, UMKM mulai mengintegrasikan penjualan online–offline, mengikuti bazar, mengelola keuangan dengan aplikasi, serta memisahkan keuangan usaha-pribadi. Keterlibatan pemuda dan kolaborasi lintas sektor meningkatkan inovasi dan kesadaran masyarakat tentang tata kelola usaha sehat.

Kata Kunci: KKN; UMKM; pemberdayaan; Go Legal; Go Digital; Go Market; manajemen keuangan

Abstract: The 2025 Cipasung University Community Service Program (KKN) in Gombong Village, Ciawi District, Tasikmalaya Regency, aims to empower MSMEs to face competition and digital transformation. These village MSMEs require comprehensive support, from legality and digitalization to marketing, to develop professionally and sustainably. This program aims to improve business legality through facilitation of Business Identification Numbers (NIB) and halal certification; strengthen digital capacity through training in branding, social media, marketplaces, and digital location mapping; improve marketing and financial management capabilities through Go Market strategies and the use of financial applications; and encourage MSME independence and competitiveness through cross-sector collaboration and youth engagement. The program uses a Participatory Action Research (PAR) approach, involving the community, MSMEs, and the village government in problem identification, planning, action, mentoring, and evaluation, ensuring the program is implemented collaboratively with the community. The program's implementation demonstrated significant results: several MSMEs obtained NIBs and halal certification assistance, and digital training improved their ability to create content and utilize social media, Google Maps, and marketplaces. In marketing and finance, MSMEs began integrating online and offline sales, participating in bazaars, managing finances with applications, and separating



business and personal finances. Youth involvement and cross-sector collaboration increased innovation and public awareness of sound business governance.

Keywords: KKN; MSMEs; empowerment; Go Legal; Go Digital; Go Market; financial management

PENDAHULUAN

Salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang mencakup pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat adalah Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Program ini tidak hanya menjadi wadah pengabdian mahasiswa kepada masyarakat, tetapi juga sarana untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah guna menjawab permasalahan riil yang ada di lapangan(Irwanto & Ningtias, 2025). Sejalan dengan kebijakan kampus merdeka, kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat (KKN) dimaksudkan sebagai proses pembelajaran yang memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa. Melalui KKN, mahasiswa dituntut untuk berkontribusi secara langsung dalam pembangunan masyarakat, baik di bidang sosial, ekonomi, maupun pendidikan, sehingga terjadi sinergi antara dunia akademik dan kebutuhan masyarakat (Irwanto & Ningtias, 2025).

KKN Universitas Cipasung tahun 2025 dilaksanakan di Desa Gombong, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Tasikmalaya. Desa ini memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama melalui keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu pilar utama perekonomian Indonesia. Ini terbukti selama krisis ekonomi 1997/1998, ketika banyak perusahaan besar mengalami kegagalan, sementara usaha kecil dan menengah (UMKM) mampu bertahan dan bahkan menjadi motor perekonomian(Atmaja & Novitaningtyas, 2021). Sedangkan Menurut Chairani et al. (2025)UMKM merupakan sektor yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal, karena mampu menyerap tenaga kerja, menciptakan nilai tambah, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM biasanya menggunakan sumber daya lokal, mengandalkan proses produksi sederhana, dan memasarkan produknya di wilayah setempat karena mereka adalah sektor ekonomi masyarakat kecil dengan basis lokal. Menurut data pemerintah desa, ada sekitar 87 pelaku usaha aktif di Desa Gombong, yang sebagian besar bekerja di bidang kuliner, perdagangan, dan kerajinan, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan pekerjaan . Sektor lain juga ada, seperti pedagang informal, pekerja swasta, pegawai negeri sipil (PNS), buruh tani, dan petani. Namun, kontribusinya lebih sedikit daripada sektor UMKM.

Namun demikian, berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di Desa Gombong , ditemukan beberapa masalah utama yang menghambat perkembangan usaha mereka. Pertama, , dari sisi digitalisasi, masih banyak UMKM yang mengandalkan metode pemasaran tradisional dan belum optimal dalam memanfaatkan media sosial atau platform digital sebagai sarana promosi dan penjualan. Oleh karena itu, sangat penting bagi UMKM untuk mulai meningkatkan strategi pemasaran mereka dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, yang akan memungkinkan produk mereka bersaing secara berkelanjutan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Kedua, kebanyakan bisnis belum memiliki legalitas resmi seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) atau sertifikat halal, padahal keduanya merupakan syarat penting untuk meningkatkan kredibilitas usaha sekaligus memperluas akses pasar (Hidayat & Sari, 2022). Meskipun demikian, legalitas usaha



adalah persyaratan yang harus dipenuhi karena memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan merupakan syarat penting untuk berkompetisi di pasar bebas (Farida et al., 2023). Keterbatasan dana, proses administrasi yang sulit, dan kurangnya pengetahuan tentang prosedur perizinan adalah beberapa tantangan yang dihadapi dalam pengurusan legalitas UMKM. Ketiga, para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam hal manajemen keuangan, mayoritas pelaku usaha belum mampu memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha serta belum terbiasa menggunakan pencatatan arus kas berbasis aplikasi digital. Tidak ada pencatatan arus kas yang cukup, tidak ada perencanaan modal dan keuntungan, dan sulit untuk membedakan antara keuangan pribadi dan bisnis. Kondisi ini mempengaruhi kemampuan mereka untuk membuat keputusan bisnis yang tepat dan memperluas bisnis mereka (Aristo, 2021).

Melihat tantangan tersebut, KKN Universitas Cipasung merancang program pemberdayaan UMKM dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat, pemerintah desa, dan mahasiswa dalam setiap tahap pelaksanaan. Program ini mengusung strategi *Go Legal, Go Digital, Go Market* sebagai pendekatan komprehensif untuk menjawab berbagai permasalahan UMKM.

Melalui *Go Legal*, UMKM didorong untuk memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) serta mendapatkan pendampingan sertifikasi halal agar usaha semakin kredibel dan mampu bersaing di pasar formal. Strategi *Go Digital* berfokus pada peningkatan literasi digital, pemanfaatan media sosial, optimalisasi Google Maps, dan integrasi penjualan online–offline serta penggunaan aplikasi keuangan seperti APIK. Sementara itu, *Go Market* diarahkan untuk memperkuat pemasaran kreatif, peningkatan branding, dan inovasi produk sehingga UMKM lebih mudah diterima konsumen.

Upaya untuk mendorong UMKM ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya. (Lestari et al., 2021) menyatakan bahwa kepemilikan NIB dan izin resmi lainnya dapat meningkatkan kredibilitas bisnis, membuka akses pembiayaan, dan meningkatkan pemasaran. Namun, (Sutrisno, 2020) menyatakan bahwa proses legalisasi seringkali dianggap rumit dan membutuhkan dukungan ketat. Dalam hal digitalisasi, (Nugroho et al ., 2021) menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan omzet UMKM hingga 30-40%, tetapi keterbatasan literasi digital di pedesaan masih menjadi hambatan utama (Wijaya , 2020). (Sari et al ., 2020) menunjukkan bahwa pasar dapat memperluas jangkauan produk, tetapi (Rahayu, 2021) menekankan bahwa pendampingan berkelanjutan penting karena tidak semua UMKM mampu melakukan promosi digital secara konsisten.

Selain itu, penelitian (Lestari, 2024)menekankan bahwa kerja sama antara perguruan tinggi dan masyarakat terbukti efektif dalam mempercepat adaptasi UMKM ke pasar kontemporer. Ini juga menegaskan betapa pentingnya program KKN sebagai pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, di mana Mahasiswa berperan sebagai fasilitator perubahan di tingkat lokal.(Aristo, 2021) mengingatkan bahwa pemberdayaan UMKM bergantung pada intervensi eksternal dan motivasi internal bisnis. Oleh karena itu, program KKN Universitas Cipasung di Desa Gombong dapat dianggap sebagai solusi praktis untuk masalah UMKM seperti legalitas, digitalisasi, dan pemasaran, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi desa yang lebih mandiri dan berdaya saing.



Program KKN Universitas Cipasung di Desa Gombong memiliki tujuan utama untuk memberdayakan pelaku UMKM agar mampu berkembang secara mandiri, profesional, dan berkelanjutan. Pemberdayaan tersebut dilakukan melalui penguatan legalitas, peningkatan literasi digital, pengembangan strategi pemasaran, dan pemberian manajemen keuangan sehingga UMKM dapat beradaptasi dengan tuntutan ekonomi modern. Secara khusus, tujuan program ini meliputi:

1. membantu UMKM memperoleh legalitas usaha (NIB dan sertifikasi halal) untuk meningkatkan kredibilitas dan akses ke pasar formal;
2. meningkatkan kapasitas digital pelaku usaha melalui pemanfaatan media sosial, Google Maps, dan aplikasi keuangan;
3. memperluas jangkauan pemasaran melalui strategi kolaboratif dan integrasi penjualan online-offline; serta
4. mendorong terbentuknya ekosistem usaha lokal yang kuat melalui sinergi antara mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat.

Program ini memiliki sejumlah keunggulan yang membedakannya dari program pemberdayaan UMKM lainnya. Pertama, program KKN Universitas Cipasung tidak hanya berfokus pada satu aspek pengembangan, tetapi menggunakan pendekatan tiga pilar komprehensif: *Go Legal*, *Go Digital*, dan *Go Market*. Pendekatan berlapis ini memastikan bahwa UMKM tidak hanya siap dari sisi perizinan, tetapi juga mampu beradaptasi dengan teknologi digital dan memiliki strategi pemasaran yang kuat. Kedua, program ini mengadopsi model Participatory Action Research (PAR), sehingga seluruh kegiatan dirancang berdasarkan kebutuhan riil UMKM, bukan sekadar transfer pengetahuan satu arah. Pelaku UMKM terlibat secara aktif dalam setiap tahapan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, hingga tindak lanjut, sehingga hasil program lebih relevan dan berkelanjutan. Ketiga, program ini menekankan pendampingan langsung dan praktik lapangan seperti pendaftaran lokasi usaha, pembuatan konten digital, bazar bersama, hingga pencatatan keuangan berbasis aplikasi. Pendekatan ini membuat UMKM tidak hanya memahami teori, tetapi juga merasakan dampak konkret yang dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Dengan karakteristik tersebut, program KKN Universitas Cipasung memiliki nilai tambah sebagai program pengabdian masyarakat yang tidak hanya memberikan pelatihan, tetapi juga membangun kapasitas UMKM secara menyeluruh, memperkuat ekosistem ekonomi desa, dan menciptakan model pemberdayaan yang dapat direplikasi di wilayah lain.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Program KKN Universitas Cipasung Tasikmalaya di Desa Gombong dilaksanakan melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR) karena prinsipnya selaras dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi: pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Menurut (Soedarwo Salviana et al. (2022), PAR merupakan salah satu model penelitian sosial yang paling banyak digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dengan menekankan tiga aspek utama: partisipasi, aksi, dan penelitian (Rahmawati et al., 2021). Pendekatan ini memungkinkan masyarakat tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek aktif dalam menemukan solusi dan merasakan langsung manfaat dari kegiatan yang dijalankan.

Prinsip dasar PAR adalah keberlanjutan dan kemandirian, sehingga masyarakat diharapkan mampu mengatasi permasalahan serupa melalui pengalaman yang



diperoleh. Dalam konteks program KKN ini, mahasiswa bertindak sebagai fasilitator, sementara pelaku UMKM, pemerintah desa, dan masyarakat terlibat aktif dalam setiap tahapan. Hal ini sejalan dengan tujuan utama program, yaitu pemberdayaan UMKM melalui strategi *Go Legal*, *Go Digital*, dan *Go Market*.

Peneliti tidak mengatur kegiatan secara eksklusif, tetapi menawarkan perspektif dan masukan. Oleh karena itu, pendekatan ini menekankan bahwa masyarakat, pemerintah desa, dan pelaku UMKM harus aktif terlibat dalam setiap tahapan program. Model PAR dapat menggabungkan partisipasi masyarakat, penelitian, dan tindakan secara terus menerus sehingga menjadi alat yang berguna untuk pengabdian masyarakat (Rahmawati et al., 2021).

Tahapan pelaksanaan metode adalah sebagai berikut:

1. Observasi Awal

Observasi lapangan dilakukan di enam dusun Desa Gombong untuk memetakan potensi UMKM, jenis usaha, produk, serta tantangan utama yang dihadapi. Hasil observasi menunjukkan beberapa masalah penting, seperti pemasaran digital yang belum optimal, branding yang masih sederhana, keterbatasan bahan baku, dan pencatatan keuangan yang tidak teratur. Misalnya, UMKM di Dusun Pananyung menghadapi masalah produksi tidak konsisten akibat kekurangan bahan baku gula aren, sedangkan UMKM di Dusun Sukamandi mengalami kesulitan pencatatan keuangan karena tidak terbiasa menggunakan buku kas atau aplikasi digital.

2. Forum Musyawarah Desa

Hasil observasi kemudian divalidasi melalui forum bersama kepala desa dan perwakilan dusun. Diskusi ini digunakan untuk menentukan prioritas pendampingan agar program yang dijalankan benar-benar relevan dengan kondisi lapangan dan kebutuhan UMKM.

3. Pemilihan Peserta Workshop

Berdasarkan musyawarah, ditetapkan 12 pelaku UMKM (masing-masing dua dari setiap dusun) sebagai peserta utama. Kriteria pemilihan meliputi usia produktif, kepemilikan gawai yang mendukung pembelajaran digital, serta komitmen untuk mengembangkan usaha.

4. Pelaksanaan Program Inti

Program inti dilaksanakan secara berjenjang untuk memperkuat kapasitas UMKM sesuai strategi *Go Legal*, *Go Digital*, dan *Go Market*:

a. *Go Legal* → Pendampingan legalitas usaha, termasuk pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat halal.

b. *Go Digital* → Workshop pemanfaatan media sosial, integrasi penjualan online–offline, serta penandaan lokasi bisnis melalui Google Maps.

c. *Go Market* → Pelatihan manajemen pemasaran kreatif, penguatan branding produk (logo, katalog, kemasan), serta pemasaran kolaboratif baik offline (bazar UMKM di Car Free Day Ciawi) maupun online (akun marketplace dan media sosial KKN serta peserta).

5. Pendampingan Keuangan Berkelanjutan

UMKM didampingi dalam penggunaan aplikasi APIK untuk mencatat arus kas, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta memantau modal dan keuntungan. Dengan pendampingan ini, UMKM dapat meningkatkan kapasitas produksi,



memperluas pasar, mengelola keuangan secara lebih profesional, dan membangun daya saing berkelanjutan.

IMPLEMENTASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Desa Gombong memiliki potensi ekonomi besar yang didukung oleh keberadaan sektor UMKM. Berdasarkan data pemerintah desa, terdapat 87 pelaku usaha aktif yang mayoritas bergerak di bidang kuliner, perdagangan, dan kerajinan. UMKM menjadi motor penggerak perekonomian desa (Kusyairi et al., 2023). sejalan dengan pendapat Suryadi, (2024) yang menyatakan bahwa UMKM merupakan pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal.

Hasil observasi mahasiswa KKN menunjukkan bahwa setiap dusun memiliki karakteristik usaha yang berbeda. Dusun Bugel memiliki potensi makanan ringan tradisional seperti kicimpring dan rengginang yang dapat ditingkatkan melalui inovasi kemasan (Ula et al., 2025). Dusun Pananyung merupakan sentra gula aren namun terkendala pasokan dan pemasaran (Arifin et al., 2025). Dusun Pocol unggul pada produk pertanian seperti saladah bokor, tetapi pengemasan masih terbatas (Hamidah et al., 2024). Dusun Sukamandi mengalami kendala pencatatan keuangan (Siswadi & Syaifuddin, 2024), sedangkan Dusun Gombong dan Karamasantana menghadapi masalah branding dan legalitas (Sijabat et al., 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, program KKN difokuskan pada tiga strategi utama, yaitu *Go Legal*, *Go Digital*, dan *Go Market*. Pendekatan ini sesuai dengan teori (Noersyahbani, 2023) yang menekankan pentingnya legalitas usaha, digitalisasi, dan pencatatan keuangan terstruktur sebagai fondasi pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

Implementasi Strategi *Go Legal*, *Go Digital*, *Go Market*

1. Go Legal

Program Go Legal menjadi fokus awal dalam mendukung peningkatan kemandirian dan daya saing UMKM di Desa Gombong. Selama 35 hari kegiatan, mahasiswa memberikan pendampingan mencakup legalitas usaha, pemasaran digital, manajemen keuangan, serta penguatan branding (Irwantoro & Ningtias, 2025).



Gambar 1. Workshop UMKM

Kegiatan dimulai dengan seminar “UMKM Desa Gombong Go Digital” yang memberikan pemahaman mengenai pentingnya legalitas usaha. Dalam kegiatan ini, mahasiswa menjelaskan manfaat memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat halal sebagai bentuk kepatuhan hukum serta peningkatan kredibilitas usaha. Hal ini diperkuat oleh Hasib & Khoirul Anwar, (2020) yang menyatakan bahwa legalitas usaha meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka akses pasar formal.



Melalui kerja sama dengan LP3H, sebanyak 22 UMKM berhasil memperoleh legalitas resmi, termasuk NIB dan sertifikasi halal



Gambar 2. Pendampingan Legalitas

Sebagai tindak lanjut, mahasiswa melakukan pendampingan intensif mulai dari pengisian formulir, konsultasi berkas, hingga proses pengajuan legalitas. Sebelum program ini dilaksanakan, hanya sebagian kecil UMKM yang memiliki legalitas, padahal aspek ini penting untuk perlindungan hukum dan akses pembiayaan (Nurrahmi, 2025).

2. Go Digital

Setelah aspek legalitas diperkuat, program dilanjutkan pada peningkatan literasi digital pelaku UMKM. Program Go Digital bertujuan memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan teknologi dan pemasaran online. Pelatihan mencakup pembuatan konten promosi, penggunaan media sosial, dan pendaftaran lokasi usaha di Google Maps (Krisma et al., 2023).



Gambar 3. Pelatihan Digital

Pada tahap ini, mahasiswa memberikan pelatihan pembuatan konten produk, desain logo, pembuatan katalog, serta pengembangan kemasan yang menarik untuk meningkatkan nilai jual produk(Ula et al., 2025). Beberapa UMKM berhasil meningkatkan kualitas tampilan produk, seperti kicimpring dan rengginang dari Dusun Bugel serta gula aren dari Dusun Pananyung yang kini memiliki kemasan baru dan mulai dipasarkan melalui media social.



Gambar 4. Penandaan Lokasi Usaha

Selanjutnya, mahasiswa membantu pendaftaran titik lokasi usaha di Google Maps. Langkah ini penting untuk meningkatkan visibilitas digital UMKM, memudahkan konsumen menemukan lokasi produksi, dan memperluas potensi pemasaran online. Atmaja & Novitaningtyas, (2021) menegaskan bahwa penandaan lokasi usaha di Google Maps mampu meningkatkan kehadiran digital UMKM secara signifikan. Melalui proses ini, UMKM dari berbagai dusun kini memiliki identitas digital yang lebih jelas sehingga produk mereka lebih mudah dijangkau masyarakat.

3. Go Market

Strategi Go Market berfokus pada perluasan akses pasar melalui pemasaran langsung dan digital. Program ini tidak hanya menguji daya tarik produk setelah perbaikan dilakukan, tetapi juga memperluas relasi pemasaran UMKM



Gambar 5. Bazar UMKM di CFD Ciawi

Kegiatan pemasaran dilakukan melalui Bazar UMKM pada acara Car Free Day (CFD) Ciawi. Produk-produk yang telah diperbaiki dari sisi kemasan dan branding dipamerkan kepada masyarakat. Menurut(Febiyanti et al., 2025)), bazar dan promosi langsung menjadi sarana efektif dalam uji pasar, membangun relasi konsumen, dan memahami kebutuhan pasar.



Gambar 6. Pembagian Katalog Produk

Mahasiswa kemudian menyusun katalog produk berisi foto, harga, dan kontak UMKM. Sebanyak 135 katalog dibagikan kepada masyarakat selama CFD. Santoso

(2021) menyatakan bahwa katalog fisik maupun digital menjadi alat promosi yang mampu meningkatkan awareness dan membantu konsumen mengingat produk.



Gambar 7. Promosi Melalui Media Sosial

Dalam aspek manajemen keuangan dan digital marketing, mahasiswa memperkenalkan **Aplikasi Apik** untuk pencatatan arus kas dan perhitungan biaya produksi. UMKM di Dusun Sukamandi dan Gombong mulai menerapkan pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta menentukan harga jual lebih akurat (Rahma et al., 2025).

Selain itu, mahasiswa membantu pembuatan konten promosi dan peningkatan branding. Safitri & Harahap, (2025) menegaskan bahwa digital marketing meningkatkan jangkauan audiens dan memperkuat identitas merek lokal.

Secara keseluruhan, implementasi Go Legal, Go Digital, dan Go Market membentuk ekosistem pendukung yang saling terintegrasi sehingga UMKM Desa Gombong menjadi lebih adaptif dan kompetitif.

Dampak dan Peluang Kegiatan KKN Kelompok 35 di Desa Gombong

Program KKN memberikan dampak signifikan terhadap pemberdayaan UMKM, sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat yang memprioritaskan peningkatan kapasitas, kemandirian, dan daya saing melalui pelatihan, pendampingan, dan kolaborasi (Suharto, 2020).

1. Go Legal: Penguanan Legalitas dan Kepercayaan Konsumen

Sebanyak 22 dari 24 UMKM berhasil memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat halal melalui pendampingan LP3H. Legalitas meningkatkan nilai tawar produk dan membuka akses pasar formal, sesuai temuan (Farida et al., 2023).

2. Go Digital: Literasi Keuangan dan Pemasaran Online

Program memperkenalkan Aplikasi Apik dan melatih penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Rahma et al. (2025) menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap produktivitas UMKM. Seluruh UMKM juga didaftarkan ke Google Maps, yang terbukti meningkatkan visibilitas usaha (Atmaja & Novitaningtyas, 2021).

3. Go Market: Branding dan Kolaborasi

Mahasiswa membantu pembuatan logo, katalog, kemasan, hingga promosi digital. Upaya ini sesuai teori Kotler dan Keller (2016) bahwa promosi langsung dan

digital meningkatkan brand awareness. Kolaborasi dengan usaha lokal mendukung teori kemitraan UMKM (Tambunan, 2020).

4. Dampak Jangka Pendek dan Jangka Panjang

UMKM mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana, peningkatan kualitas pemasaran, dan memahami pentingnya legalitas. Dalam jangka panjang, program ini mendorong budaya usaha yang lebih profesional dan meningkatkan keterlibatan generasi muda dalam ekonomi desa (Handayani, 2021).

5. Tantangan dan Peluang Pengembangan

Tantangan meliputi keterbatasan bahan baku, disparitas literasi digital, dan akses pasar (Wibowo, 2020). Namun setiap dusun memiliki produk unggulan yang dapat dikembangkan melalui inovasi dan digitalisasi. Handayani (2021) menyebut bahwa inovasi dan kemitraan adalah kunci keberlanjutan UMKM.

KESIMPULAN

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Cipasung Tasikmalaya di Desa Gombong tahun 2025 memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui tiga strategi utama—*Go Legal, Go Digital, dan Go Market*—mahasiswa berhasil membantu pelaku usaha untuk memperkuat legalitas, meningkatkan literasi digital, serta memperluas jangkauan pemasaran.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 22 pelaku UMKM berhasil memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) dan pendampingan sertifikasi halal, sementara pelatihan digitalisasi membantu mereka menggunakan aplikasi pencatatan keuangan serta memanfaatkan media sosial dan Google Maps untuk promosi. Selain itu, kegiatan bazar di Car Free Day Ciawi dan pembuatan katalog produk turut memperkuat branding dan meningkatkan penjualan produk lokal.

Secara keseluruhan, program ini memperlihatkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa, pemerintah desa, dan pelaku UMKM dapat menciptakan ekosistem usaha yang lebih profesional, inovatif, dan berdaya saing. Kegiatan KKN di Desa Gombong menjadi contoh nyata implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam pengabdian kepada masyarakat, sekaligus memperkuat fondasi ekonomi lokal berbasis digital dan kemandirian desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Viska Putria Ananda, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Cipasung Tasikmalaya atas bimbingan, arahan, serta dukungan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan dan penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Gombong, khususnya kepada Bapak Tantan Taupik Sutanto, S.T., selaku Kepala Desa Gombong beserta seluruh staf yang telah memberikan izin, dukungan, dan kerja sama yang baik selama kegiatan berlangsung. Penulis turut berterima kasih kepada masyarakat Desa Gombong atas penerimaan yang hangat serta partisipasi aktif dalam setiap kegiatan KKN, kepada LPPM Universitas Cipasung atas dukungan kelembagaan yang diberikan, serta kepada seluruh anggota KKN Desa Gombong atas kebersamaan dan kerja sama selama pelaksanaan program.



DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S., Fatah, K., Maulida, L., Ulandari, P., Akbar, R. H., Atallah, R. I., & Muhammad, A. (2025). Analisis Hambatan Produksi Dan Transformasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Du'Anak Kasengan Manding Sumenep. *Jurnal Abdimas Sosek (Jurnal Pengabdian Dan Pembardayaan Masyarakat)*, 5(2), 34–39.
- Aristo, M. D. (2021). *Peningkatan Kinerja Keuangan Dengan Modal Sosial Sebagai Moderasi Pada Umkm Di Semarang*. Tesis. 4(1), 6.
- Atmaja, H. E., & Novitaningtyas, I. (2021). Analisis Aspek Pemasaran UMKM di Masa Resesi Global Dampak Dari Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 13(1), 1–11. <https://doi.org/10.30630/jipb.v13i1.402>
- Chairani, N., Zasmin, N., Raisuli, R., & Rosidi, A. R. (2025). Peran Sektor UMKM dalam Menekan Inflasi dan Menyerap Tenaga Kerja di Surabaya. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 57–66. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v3i1.1651>
- Farida, N., Kurniastuti, T., & Septiawan, B. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Legalitas Usaha Produk Makanan UMKM Berbasis Produk Halal. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(5), 706–713. <https://doi.org/10.59395/altifani.v3i5.481>
- Febiyanti, D., Tsabita, A. K., Najwah, N. S., Syach, P. S., & Rahmatin, L. S. (2025). Sosialisasi Pengembangan UMKM melalui Peningkatan Identitas Usaha dan Daya Saing serta Penyelenggaraan Bazar di Kelurahan Alun-alun Contong. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4208–4215. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2279>
- Hamidah, E., Zuhri, S., & Santi, I. S. (2024). Pelatihan Pengembangan Produk Olahan Pangan Lokal Meningkatkan Daya Saing Pasar di Kabupaten Lamongan Untuk. *SABAJAYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(5), 211–217.
- Hasib, A., & Khoirul Anwar, M. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Mengkonsumsi Makanan Ringan Di Unesa Ketintang (studi kasus terhadap anggota organisasi keislaman). *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 23–32. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>
- Irwanto, D., & Ningtias, S. W. (2025). Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *JSH: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 1, 1–10.
- Krisma, A. Y. A., Eron, F. A. A., Kardika, I. M. W. S., Emanuella, R. G., Atmaja, Y. C., & Palangan, C. Y. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Usaha Pecel Lele Pak Marno. *GIAT: Teknologi Untuk Masyarakat*, 2(1), 57–68. <https://doi.org/10.24002/giat.v2i1.7198>
- Kusyairi, Khoiri, M., Endarwati, W., & Rosy, M. (2023). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Penguatan Legalitas Usaha. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat)*, 3(4), 141–144. <https://doi.org/10.55382/jurnalpuistikmitra.v3i4.381>



- Lestari, A. widya, Eliyani, C., Susilawati, D., & Aya, kinanti dyah. (2021). *No Title* 済無*No Title No Title.*
- Nurrahmi. (2025). Analisis Pelayanan Pembuatan Kartu Ak 1 Pada Calon Tenaga Kerja Ke Sektor Perbankan Syariaah Di Dinas Koperasi Umkm Dan Tenaga Kerja Kota Palu. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Rahma, D., Indriani, A. D., Anggraeni, A. D., & Priyanto, A. (2025). Analisis Kendala Pencatatan Akuntansi dan Implikasinya terhadap Keberhasilan UMKM Hani Bakes. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 3962–3973.
- Safitri, I., & Harahap, N. (2025). Analisis Branding Media Sosial Dalam. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(1), 219–230.
- Sijabat, R., Meiriyanti, R., & Nastiti, P. R. (2024). Membangun UMKM Mandiri, Tangguh Dan Berdaya (Pengabdian di Desa Limbangan Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal). *Publikasi Kegiatan Abdimas*, 93–100.
- Siswadi, & Syaifuddin, A. (2024). Penelitian Tindakan Partisipatif Metode Par (Partisipatory Action Research) Tantangan Dan Peluang Dalam Pemberdayaan Komunitas. *Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, 19(02), 111–125. <https://doi.org/10.55352/uq>
- Soedarwo Salviana, V., Darvina, Fuadiputra, I. R., & Bustami,Mohammad Reevany, J. G. K. (2022). Journal of Local Government Issues (LOGOS) Participatory Action Research (PAR) Model for Developing A Tourism Village in Indonesia. *Journal of Local Government Issues (LOGOS)*, 5(2), 193–206.
- Suryadi, R. F. (2024). Peran UMKM Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal Studi Kasus Di Indonesia. *Central Publisher*, 2, 2048–2054.
- Ula, C. I. N., Adinugraha, H. H., & Gunawan, A. (2025). *AL-IQTISHAD : JURNAL EKONOMI Edisi Januari-Juni 2025 Ekonomi di Indonesia AL-IQTISHAD : JURNAL EKONOMI Edisi Januari-Juni 2025*. 17, 465–481.

