

SINERGI PEMBERDAYAAN EKONOMI DESA MELALUI PENGUATAN LEGALITAS DAN OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM STELLA ALL IN ONE

Kholifatussopiyah¹, Nurul Hidayati Triana Basriliyan², Arindi Oktafiana³, Achmad Syarifudin Ramadhan⁴, Ninjar Febrian⁵, Vita Kurnia⁶, Muhammad Veri Maulidi⁷, Dwi Nur Arifah Putri Nanita⁸, Ili Ika Indayani⁹, Ali Azhar Rafsanjani¹⁰, Ahmad Nofil¹¹, Muhammad Noer Wahyudi Ichsan¹², Endang Widyastuti¹³

¹⁻¹³ Universitas Wiraraja Madura

kholifatussopiyah@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan daya saing UMKM Stella All In One di Desa Ellak Daya melalui penguatan legalitas usaha dan optimalisasi pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan pada 5 April–17 Mei 2026 dengan metode sosialisasi, pendampingan, dan pemantauan. Proses pengabdian meliputi pengurusan sertifikat halal, pembuatan akun TikTok Shop dan media promosi TikTok, pembaruan logo kemasan, serta pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan identitas usaha, perluasan jangkauan pemasaran, dan penguatan kepercayaan konsumen terhadap produk stick daun kelor. Program ini berkontribusi dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui pemanfaatan legalitas usaha dan teknologi digital secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *UMKM, legalitas usaha, pemasaran digital, pemberdayaan desa*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan. Dalam beberapa tahun terakhir, transformasi ekonomi digital mendorong pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan perubahan pola pemasaran dan perilaku konsumen yang semakin berbasis teknologi. Namun realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM desa masih menghadapi berbagai hambatan mendasar, terutama terkait legalitas usaha, keterbatasan literasi digital, dan lemahnya strategi pemasaran berbasis teknologi. Kondisi ini menyebabkan banyak produk lokal yang sebenarnya memiliki potensi ekonomi tinggi belum mampu bersaing secara luas di pasar digital maupun pasar modern. Permasalahan tersebut tidak hanya berdampak pada rendahnya daya saing usaha, tetapi juga menghambat proses pemberdayaan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan (Kurdi & Firmansyah, 2020; Rusdiana et al., 2024).

Fenomena tersebut ditemukan pada UMKM Stella All In One yang berada di Desa Ellak Daya, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep. UMKM ini merupakan usaha berbasis kolaborasi antara ibu-ibu PKK dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang memproduksi cemilan stick daun kelor.

Produk ini memiliki potensi pengembangan yang cukup besar karena memanfaatkan daun kelor sebagai bahan pangan lokal bernilai gizi tinggi dan memiliki daya simpan relatif baik. Selain itu, keberadaan UMKM ini juga menjadi representasi pengembangan ekonomi desa berbasis partisipasi perempuan dan kelembagaan lokal. Akan tetapi, berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan, ditemukan bahwa UMKM Stella All In One belum memiliki sertifikat halal sebagai bentuk legalitas produk, sementara pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional melalui penitipan di warung sekitar, pameran lokal, dan jaringan kenalan pribadi. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pasar produk menjadi terbatas dan belum mampu memanfaatkan peluang pasar digital secara optimal. Minimnya pemanfaatan media sosial dan marketplace juga menunjukkan rendahnya adaptasi teknologi digital pada pengelolaan usaha masyarakat desa (Rulianti & Nurpribadi, 2025; Ramadhan et al., 2025).

Permasalahan legalitas usaha dan pemasaran digital merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam pengembangan daya saing UMKM. Legalitas seperti sertifikat halal tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan regulasi, tetapi juga menjadi instrumen untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk. Dalam konteks masyarakat Indonesia yang

mayoritas Muslim, sertifikasi halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Di sisi lain, perkembangan media sosial dan marketplace digital telah menciptakan peluang baru bagi UMKM untuk memperluas pasar dengan biaya promosi yang relatif rendah. Platform seperti TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berkembang menjadi media promosi dan transaksi bisnis yang efektif bagi pelaku UMKM skala kecil (Arifin et al., 2021).

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, maka sosialisasi dan pendampingan mengenai penguatan legalitas dan pemasaran digital menjadi strategi yang relevan dalam meningkatkan daya saing usaha berbasis desa. Program pengabdian difokuskan pada pendampingan pengurusan sertifikat halal, pembuatan marketplace TikTok Shop, pengembangan akun media sosial TikTok sebagai sarana promosi, pembaruan desain logo kemasan produk, serta pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. Pendekatan ini dipilih karena tidak hanya menyelesaikan permasalahan administratif usaha, tetapi juga membantu UMKM membangun identitas digital dan memperluas akses pasar secara berkelanjutan. Pengabdian ini memiliki kontribusi praktis dalam meningkatkan kemampuan adaptasi digital pelaku UMKM desa serta memperkuat legitimasi produk melalui legalitas usaha. Melalui kegiatan ini diharapkan UMKM mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperkuat kapasitas pengelolaan usaha berbasis digital sebagai bagian dari strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat desa.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian dilakukan dengan melakukan sosialisasi dan pendampingan terhadap pelaku UMKM Stella All In One di Desa Ellak Daya, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep. Kegiatan pengabdian dilaksanakan dari tanggal 5 April 2026 hingga tanggal 17 Mei 2026 dengan beranggotakan 12 orang pengabdian yang berkunjung langsung ke

lokasi. Tahapan dalam pelaksanaan pengabdian dibagi menjadi empat tahapan, sebagai berikut:

1. Studi pendahuluan, yang dilakukan untuk mengetahui kondisi awal usaha. Pengabdian melakukan observasi langsung dan wawancara sederhana dengan pemilik UMKM. Dari tahap ini diperoleh gambaran bahwa UMKM Stella All In One belum memiliki sertifikat halal dan sistem pemasaran yang digunakan masih sangat konvensional.
2. Sosialisasi, yaitu pemberian materi sederhana yang mudah dipahami pemilik UMKM sebagai upaya dalam memberikan landasan pemahaman mengenai pentingnya legalitas usaha, khususnya sertifikat halal. Pengabdian juga memperkenalkan konsep pemasaran digital dan manfaat penggunaan platform TikTok sebagai media promosi dan penjualan, serta pentingnya branding melalui logo kemasan yang menarik.
3. Pendampingan, ditahap ini pengabdian mendampingi pelaku UMKM dalam pengurusan sertifikat halal, pembuatan marketplace TikTok Shop, Pembuatan dan pengelolaan akun TikTok untuk konten promosi produk, Upgrade logo kemasan produk, dan Pendaftaran lokasi UMKM di Google Maps.
4. Pemantauan, pada tahap ini pengabdian melakukan pemantauan untuk mengamati dan mengevaluasi pelaksanaan program serta dampak yang dihasilkan dari hasil sosialisasi dan pendampingan yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada upaya memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperkuat kapasitas pengelolaan usaha berbasis digital pada produk stick daun kelor yang diproduksi oleh UMKM Stella All In One di Desa Ellak

Daya, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep.

Penjelasan mengenai hasil pelaksanaan pengabdian tersebut meliputi beberapa hal sebagai berikut:

1. Studi Pendahuluan

Berdasarkan hasil studi pendahuluan, diperoleh gambaran bahwa UMKM Stella All In One merupakan usaha yang berkembang melalui sinergi antara kelompok ibu-ibu PKK dengan BUMDes Desa Ellak Daya. Produk utama yang dihasilkan oleh UMKM ini adalah cemilan stick daun kelor yang tersedia dalam dua pilihan rasa, yaitu original dan balado. Produk tersebut memiliki masa simpan sekitar satu hingga dua bulan sehingga cukup potensial untuk dipasarkan kepada konsumen dalam jangkauan yang lebih luas. Selain memiliki cita rasa yang menarik, stick daun kelor juga menawarkan nilai tambah dari aspek kesehatan karena daun kelor dikenal kaya akan kandungan nutrisi yang bermanfaat bagi tubuh. Keunggulan tersebut menjadikan produk ini memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai makanan ringan bergizi dengan daya saing yang baik di pasar. Walaupun demikian, hasil observasi dan wawancara menunjukkan adanya beberapa kendala yang masih dihadapi dalam pengembangan usaha. Permasalahan pertama berkaitan dengan belum dimilikinya sertifikat halal pada produk yang dipasarkan. Kondisi ini dapat memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen, khususnya masyarakat yang sangat mempertimbangkan aspek kehalalan dalam memilih produk makanan. Selain itu, ketiadaan sertifikasi halal juga membatasi peluang UMKM untuk memperluas pemasaran ke sektor pasar modern maupun lembaga distribusi yang mensyaratkan legalitas produk. Permasalahan kedua terletak pada sistem pemasaran yang masih dilakukan secara sederhana dan

konvensional, seperti menitipkan produk di warung sekitar, mengikuti kegiatan pameran, serta memanfaatkan relasi atau jaringan kenalan. Strategi pemasaran yang belum optimal tersebut menyebabkan jangkauan promosi produk masih relatif terbatas. Di samping itu, lokasi UMKM yang tidak berada di tepi jalan utama turut menjadi hambatan tambahan karena menyulitkan konsumen untuk mengakses langsung tempat produksi.

2. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi dilakukan sebagai upaya memberikan pemahaman kepada pemilik UMKM mengenai pentingnya aspek legalitas usaha dan pemasaran digital dalam mendukung pengembangan UMKM. Kedua aspek tersebut dipandang memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap usaha yang dijalankan. Melalui kegiatan ini, mitra diberikan penjelasan mengenai manfaat legalitas produk, khususnya dalam menunjang kredibilitas usaha, sekaligus pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Sosialisasi ini juga menjadi tahap awal untuk membangun kesiapan mitra dalam menghadapi perkembangan pasar yang semakin kompetitif dan berbasis teknologi. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa mitra memberikan respons yang sangat positif terhadap program yang dijalankan. Antusiasme tersebut terlihat dari ketertarikan pemilik UMKM terhadap peluang pengembangan usaha yang dapat dicapai melalui peningkatan legalitas dan penerapan strategi pemasaran digital. Sebelumnya, pemilik usaha telah memiliki kesadaran bahwa produknya memerlukan identitas yang lebih kuat agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat serta membutuhkan

perluasan pasar agar penjualan dapat meningkat. Akan tetapi, mitra masih belum memahami secara rinci langkah-langkah konkret yang perlu dilakukan untuk mewujudkan tujuan tersebut. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi berperan penting sebagai dasar pemahaman awal sebelum memasuki tahap pendampingan lebih lanjut.



Gambar 1. Sosialisasi Pada UMKM Stella All In One

3. Pendampingan

Pendampingan yang dilaksanakan menghasilkan berbagai output nyata yang dapat langsung dimanfaatkan oleh UMKM Stella All In One dalam mendukung pengembangan usahanya. Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah berhasil diinisiasinya proses pengurusan sertifikat halal hingga tahap penyelesaian sesuai dengan mekanisme sertifikasi halal yang berlaku. Kepemilikan sertifikat halal menjadi bentuk pengakuan resmi bahwa produk stick daun kelor telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan. Keberadaan sertifikat tersebut memiliki nilai penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya masyarakat Muslim yang menjadi mayoritas konsumen di wilayah Sumenep. Selain memperkuat keyakinan konsumen terhadap keamanan dan kehalalan produk, sertifikat halal juga membuka peluang yang lebih besar bagi UMKM untuk memperluas pemasaran ke pasar yang lebih formal dan kompetitif. Selain aspek legalitas, pendampingan juga menghasilkan pengembangan pada bidang pemasaran digital. UMKM berhasil memiliki akun TikTok Shop yang dapat dimanfaatkan sebagai media

penjualan online untuk menjangkau konsumen di luar wilayah Sumenep. Kehadiran platform penjualan digital tersebut memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Di samping itu, akun media sosial TikTok untuk promosi produk juga berhasil dibuat dan dikonfigurasi dengan konten awal yang memperkenalkan produk stick daun kelor kepada audiens digital. Langkah ini menjadi strategi awal dalam membangun identitas merek serta meningkatkan visibilitas produk di media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Pendampingan yang dilakukan juga mencakup pengembangan identitas visual produk dan peningkatan aksesibilitas lokasi usaha. Logo pada kemasan produk berhasil diperbarui dengan desain yang lebih modern, menarik, dan mencerminkan identitas produk secara lebih profesional. Selain itu, lokasi UMKM Stella All In One juga berhasil didaftarkan pada layanan Google Maps. Langkah ini memberikan kemudahan bagi konsumen maupun calon mitra bisnis dalam menemukan lokasi usaha yang sebelumnya relatif sulit dijangkau karena tidak berada di tepi jalan utama. Dengan adanya berbagai output tersebut, UMKM diharapkan memiliki kesiapan yang lebih baik dalam meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pemasaran produk secara berkelanjutan.



Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Akun TikTok Shop

4. Pemantauan

Kegiatan pemantauan dilaksanakan sebagai bentuk evaluasi terhadap

efektivitas program pendampingan yang telah diberikan kepada UMKM Stella All In One. Pemantauan ini mencakup beberapa aspek penting, antara lain proses pengurusan sertifikat halal, pembuatan akun TikTok Shop, pengelolaan akun TikTok sebagai media promosi, pembaruan desain logo kemasan, serta pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps. Pelaksanaan pemantauan dilakukan melalui observasi langsung terhadap penerapan strategi pemasaran digital yang telah dijalankan oleh mitra serta perkembangan usaha produk stick daun kelor setelah program pendampingan dilaksanakan. Melalui kegiatan ini, tim pengabdian dapat mengetahui sejauh mana program yang diberikan mampu diterapkan secara nyata dalam aktivitas usaha sehari-hari serta memberikan manfaat terhadap pengembangan UMKM. Berdasarkan hasil evaluasi, program pendampingan diketahui memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemasaran maupun penguatan identitas usaha UMKM Stella All In One. Mitra mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dibandingkan sebelumnya yang masih bergantung pada metode konvensional. Selain itu, pembaruan desain kemasan yang lebih menarik dan profesional turut membantu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Kepemilikan legalitas usaha melalui sertifikat halal juga menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dipasarkan. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa kombinasi antara penguatan legalitas dan pemasaran digital mampu mendukung peningkatan daya saing usaha secara lebih optimal. Meskipun demikian, hasil pemantauan juga menunjukkan masih adanya beberapa kendala yang dihadapi oleh mitra dalam proses pengelolaan

usaha berbasis digital. Kendala utama yang ditemukan berkaitan dengan keterbatasan pengalaman dan kemampuan mitra dalam membuat konten promosi yang menarik serta mengelola marketplace digital secara konsisten. Kondisi tersebut menyebabkan proses optimalisasi pemasaran digital belum berjalan secara maksimal. Oleh karena itu, hasil pemantauan ini menjadi dasar penting dalam merumuskan langkah pengembangan berikutnya, khususnya dalam penyusunan strategi pemasaran yang lebih efektif, sederhana, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Stella All In One di Desa Ellak Daya, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep menunjukkan bahwa penguatan legalitas usaha dan optimalisasi pemasaran digital mampu meningkatkan daya saing UMKM berbasis desa. Program pendampingan yang dilakukan berhasil membantu proses pengurusan sertifikat halal, pembuatan akun TikTok Shop, pengembangan media promosi digital, pembaruan logo kemasan, serta pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. Hasil tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepercayaan konsumen, penguatan identitas usaha, dan perluasan jangkauan pemasaran produk stick daun kelor. Temuan ini menegaskan bahwa sinergi antara legalitas usaha dan pemanfaatan teknologi digital memiliki peran penting dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, M., Kurdi, M., & Anwar, S. (2021). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Amanda Cafe Di Era Revolusi Industri 4.0. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 2(1), 32–37.

- Kurdi, M., & Firmansyah, I. D. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-Commerce. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), 569–575.
- Ramadhan, A. A., Putro, R. L., & Muttaqien, M. A. (2025). Edukasi Digitalisasi Marketing dan Legalitas Merek UMKM di Desa Tajug Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3).
- Rulianti, E., & Nurpribadi, G. (2025). Penguatan Daya Saing UMKM Desa Serang melalui Pendampingan Digital Marketing Berbasis Legalitas dan Branding Produk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(9).
- Rusdiana, A., Pamuji, R. S. S., Kusumadewi, R. N., & Nurcahya, N. (2024). Sosialisasi Pemasaran Digital dan Legalitas Usaha dalam Meningkatkan Daya Saing UMK Desa Cikaracak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.