 ISSN 3063-6450 (E)

PENGUATAN LEGALITAS USAHA, CITRA BRANDING UMKM, LITERASI RUPIAH, DAN KESELAMATAN AKSES JALAN DESA MELALUI KULIAH KERJA NYATA TEMATIK DI DESA SUKAMAJU

Hendi Sobari[1)], Siti Amirah Makarim[2)], Ihsan Pirdaus Mubarok[3)], Mellysha Muhapillah[4)], Lusi Sa'adatus Solihah[5)], Fauziah Nur Mazidah[6)], Asti Sri Rahmayati[7)], Salsa Silvia Yuningsih[8)], Alif Pernangga[9)], Muamar Aqwam Arifin[10)], Derina Yuliana[11)], Susi Susilawati[12)]

[1)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: zobaree83@gmail.com
[2]Perbankan dan Keuangan, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: siti.makarim@gmail.com
[3)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: ihsan120@gmail.com
[4)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: muhapillahmellysha@gmail.com
[5)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: saadatuslusi@gmail.com
[6)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: fauziahnurm044@gmail.com
[7)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: astisrirahmayati@gmail.com
[8)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: salsasilvia2141@gmail.com
[9)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: alifpernangga32@gmail.com
[10)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: muamaraqwam16@gmail.com
[11)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: derinayuliana1703@gmail.com
[12)]Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: susilawatisusilawati.0124@gmail.com

Abstract
The Thematic Community Service Program (KKNT) implemented by Group 2 of STIE Latifah Mubarokiyah Suryalaya in Sukamaju Village, lasted for one month in August 2026 and had a real impact on the village community. This article discusses in depth several main work programs, namely UMKM Legacy which assists MSME actors in managing business legality in the form of a Business Identification Number (NIB), Improving MSME Image and Branding through Business Media Facilitation, a financial literacy seminar Love, Pride and Understand Rupiah held in collaboration with Bank Indonesia for 398 junior high school students, and Sukamaju Safe Access which maps vulnerable points and installs road reflectors. students can apply the knowledge gained in lectures into real practice in the community. This activity not only increases students' insight and experience, but also provides a real contribution in the form of increasing public awareness in terms of digital marketing, environmental cleanliness, and the importance of family health. Thus, this KKNT becomes a useful forum for service while strengthening the relationship between students and the Sukamaju Village community.
Keywords: MSMEs, business legality, branding, financial literacy, road safety

Abstrak
Program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) yang dilaksanakan oleh Kelompok 2 STIE Latifah Mubarokiyah Suryalaya di Desa Sukamaju, berlangsung selama satu bulan pada Agustus 2026 dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat desa. Artikel ini membahas secara mendalam beberapa program kerja utama, yaitu UMKM Legacy yang mendampingi pelaku UMKM dalam mengurus legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), Peningkatan Citra dan Branding UMKM melalui Fasilitasi Media Usaha, seminar literasi keuangan Cinta, Bangga dan Paham Rupiah yang diselenggarakan bersama Bank Indonesia bagi 398 siswa SMP,serta Sukamaju Safe Access yang memetakan titik rawan dan memasang reflektor jalan. mahasiswa dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku perkuliahan ke dalam praktik nyata di masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa, tetapi juga memberikan kontribusi nyata berupa peningkatan kesadaran masyarakat dalam hal pemasaran digital, kebersihan lingkungan, serta pentingnya kesehatan keluarga. Dengan demikian, KKNT ini menjadi wadah pengabdian yang bermanfaat sekaligus mempererat hubungan antara mahasiswa dengan masyarakat Desa Sukamaju.
Kata Kunci: UMKM, legalitas usaha, branding, literasi keuangan, keselamatan jalan

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab untuk menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi, salah satunya melalui pengabdian kepada masyarakat sebagai wujud kontribusi nyata bagi pembangunan daerah. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Latifah Mubarokiyah Suryalaya mewujudkan tanggung jawab tersebut melalui pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) tahun 2026 dengan tema besar "Penguatan Lembaga Ekonomi Perdesaan melalui Ekonomi Kreatif", di mana Kelompok 2 ditugaskan untuk mengabdi di Desa Sukamaju, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat, selama satu bulan penuh pada Agustus 2026.

Desa yang memiliki populasi 5.975 jiwa dan 1.774 Kepala Keluarga ini terbagi ke dalam enam wilayah kedusunan atau kampung, yaitu Kiarapandak, Sukamaju, Margaluyu, Ciakar, Pasirtamiang, dan Tanjungjaya. Perekonomian masyarakat masih sangat bertumpu pada sektor pertanian, dengan sebagian besar penduduk usia produktif berprofesi sebagai buruh tani maupun pemilik usaha tani mandiri, ditunjang oleh sektor peternakan skala rumahan dan sarana produksi pertanian seperti traktor.

Di samping sektor pertanian, potensi ekonomi mikro di Desa Sukamaju bertumpu pada keberadaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terus berkembang. Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang belum mengantongi legalitas resmi seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) berbasis Online Single Submission (OSS) maupun sertifikasi halal, sehingga mengalami hambatan dalam mengakses permodalan perbankan atau pemerintah, mengikuti pelatihan formal, dan memperluas cakupan pemasaran produk. Minimnya penerapan strategi branding dan penciptaan identitas visual usaha turut menyebabkan daya saing produk UMKM Desa Sukamaju masih relatif terbatas di pasaran, khususnya karena sebagian pelaku usaha belum memiliki media promosi sederhana seperti banner sebagai penanda lokasi dan identitas usaha.

Selain persoalan ekonomi, tingkat literasi keuangan masyarakat, khususnya generasi muda, juga masih perlu ditingkatkan. Kesadaran mengenai fungsi dan ciri keaslian mata uang Rupiah, serta kebiasaan mengelola keuangan pribadi sejak usia remaja, belum sepenuhnya menjadi budaya di lingkungan sekolah. Dari sisi infrastruktur, beberapa ruas jalan desa, khususnya di Kampung Ciakar, memiliki tingkat pencahayaan yang minim pada malam hari, sehingga batas dan arah jalur jalan menjadi kurang terlihat jelas dan berpotensi membahayakan keselamatan pengguna jalan, terutama bagi pengendara yang belum mengenal kondisi jalan tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, mahasiswa KKNT Kelompok 2 STIE-LM Suryalaya merancang serangkaian program kerja yang berfokus pada empat isu utama tersebut. Artikel ini secara khusus membahas empat program kerja, yaitu UMKM Legacy, Peningkatan Citra dan Branding UMKM melalui Fasilitasi Media Usaha, Cinta, Bangga dan Paham Rupiah, serta Sukamaju Safe Access, sebagai bentuk kontribusi nyata mahasiswa dalam penguatan ekonomi, literasi keuangan, dan keselamatan infrastruktur di Desa Sukamaju.

Desa Sukamaju berlokasi di wilayah Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat, dengan pusat pemerintahan berkedudukan di Jl. Raya Sukamaju No. 72. Secara administratif, wilayah Desa Sukamaju berbatasan dengan Desa Sukadana di sebelah utara, Desa Sukapancar di sebelah selatan, Desa Pegersari di sebelah barat, dan Desa Tanjungsari di sebelah timur. Kondisi lahan desa didominasi oleh area pertanian dan permukiman, dengan potensi pengembangan UMKM yang cukup besar.

Untuk mendukung jalannya pemerintahan dan kehidupan sosial, Desa Sukamaju memiliki berbagai lembaga kemasyarakatan yang aktif, di antaranya Posyandu di tingkat kampung yang memberikan pelayanan kesehatan dasar, lembaga pendidikan mulai dari PAUD Al-Hikmah, PAUD Fathul Ulum, SDN Tejasirna, hingga SMPN 2 Pagerageung, serta kelompok pelestari kesenian lokal seperti calung, angklung, dan tari tradisional yang berpusat di Kampung Tanjung Jaya. Masyarakat juga aktif mengelola kegiatan gotong royong rutin seperti Sauyunan Ngarawat Lembur dan Aksi Resik Kampung untuk memelihara fasilitas ibadah, jalan, dan sarana olahraga umum.

Perekonomian Desa Sukamaju masih bertumpu pada sektor pertanian. Kepemilikan sarana produksi pertanian di desa ini, termasuk traktor, memfasilitasi kebutuhan pascapanen petani setempat. Untuk sarana transportasi umum, mobilitas masyarakat didukung oleh keberadaan pangkalan ojek di titik-titik persimpangan desa serta beberapa unit angkutan pedesaan. Sektor perdagangan, UMKM, dan jasa mulai berkembang dengan keberadaan puluhan unit usaha di berbagai kampung. Dengan demikian, meskipun ekonomi desa masih sangat bergantung pada sektor agraris, potensi UMKM lokal yang ada di Desa Sukamaju menjadi peluang besar. Pembinaan legalitas dan digitalisasi pada sektor UMKM diharapkan dapat menjadi penggerak ekonomi warga yang lebih mandiri di masa depan.

Secara khusus, empat program kerja yang dibahas dalam artikel ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui strategi peningkatan daya saing UMKM Desa Sukamaju melalui pemenuhan legalitas usaha dan penguatan identitas merek (branding visual).
2. Mengetahui metode edukasi literasi keuangan yang tepat sasaran bagi remaja usia sekolah menengah pertama.
3. Mengetahui upaya optimalisasi fungsi infrastruktur jalan desa yang memiliki keterbatasan penerangan

demi keselamatan dan kenyamanan aktivitas transportasi malam warga.

4. Mengetahui bentuk kolaborasi yang inklusif antara mahasiswa KKN, pemerintah desa, pihak sekolah, dan mitra eksternal seperti Bank Indonesia dalam mendukung pemberdayaan masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program kerja KKNT di Desa Sukamaju dilakukan melalui beberapa tahapan metode, yaitu:

1. Studi Dokumentasi, yaitu memanfaatkan data Profil Desa (PRODESKEL), data Badan Pusat Statistik (BPS), serta dokumen desa lainnya sebagai dasar identifikasi kebutuhan.
2. Observasi Lapangan, yaitu pengamatan langsung terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan kelembagaan masyarakat di setiap kampung.
3. Wawancara, yaitu penggalian informasi bersama perangkat desa, pelaku UMKM, pihak sekolah, dan tokoh masyarakat.
4. Partisipasi Aktif, yaitu keterlibatan langsung mahasiswa dalam pelaksanaan program kerja bersama masyarakat, Karang Taruna, pihak sekolah, dan mitra eksternal seperti Bank Indonesia.

Keempat program yang dibahas dalam artikel ini menggunakan pendekatan door to door, sosialisasi/seminar, fasilitasi langsung, serta monitoring dan evaluasi berkelanjutan yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing sasaran program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama pelaksanaan KKNT di Desa Sukamaju, mahasiswa STIE Latifah Mubarokiyah Suryalaya berbaur langsung dengan masyarakat, perangkat desa, pelaku UMKM, pihak sekolah, serta mitra eksternal seperti Bank Indonesia dalam melaksanakan program kerja. Ringkasan empat program kerja utama yang dibahas dalam artikel ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Program Kerja yang Dibahas

No	Nama Program	Waktu Pelaksanaan	Sasaran	Tema Program
1	UMKM Legacy	5 Agustus 2026	Pelaku UMKM Desa Sukamaju	Membangun legalitas sebagai fondasi bisnis jangka panjang
2	Peningkatan Citra dan Branding UMKM melalui Fasilitasi Media Usaha	12 dan 26 Agustus 2026	Pelaku UMKM yang belum memiliki banner usaha	Membangun Identitas UMKM melalui Branding Usaha yang Kreatif dan Profesional
3	Cinta, Bangga dan Paham Rupiah	24 Agustus 2026	Siswa SMPN 2 Pagerageung (398 siswa)	Menumbuhkan Generasi Cinta, Bangga, dan Paham Rupiah serta Cerdas Mengelola Keuangan Sejak Remaja
4	Sukamaju Safe Access	27–28 Agustus 2026	Pengguna Jalan Kampung Ciakar	Mewujudkan Akses Jalan Desa yang Lebih Aman, Terlihat, dan Nyaman bagi Masyarakat

4.1. Hasil Kegiatan

a. *UMKM Legacy*

Program UMKM Legacy dilaksanakan pada 5 Agustus 2026 dengan tema "Membangun legalitas sebagai fondasi bisnis jangka panjang". Program ini bertujuan membantu pelaku UMKM di Desa Sukamaju memperoleh legalitas usaha yang sah, berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), serta membantu pengecekan sertifikasi halal produk. Metode pelaksanaan dilakukan secara door to door dengan mendatangi langsung tempat usaha warga di setiap kampung.



Gambar 1. Proses Pendaftaran NIB

Mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator yang menjembatani pelaku usaha untuk mengecek

 ISSN 3063-6450 (E)

kelengkapan administrasi dan memproses perizinan. Hasilnya, data profil UMKM di Desa Sukamaju berhasil dihimpun dan dokumen legalitas usaha bagi pelaku usaha sasaran dapat diproses dengan baik.



Gambar 2. Penyerahan NIB ke UMKM

Beberapa pelaku UMKM berhasil mendaftarkan hasil jualannya di sosial media dan mendapatkan pengetahuan digital yang lebih luas. Proses pengajuan NIB juga telah dimulai dengan pendampingan tahap awal, sehingga para pelaku usaha lebih memahami pentingnya legalitas usaha. Kegiatan ini mendapatkan respon positif dari pelaku UMKM dan diharapkan menjadi langkah awal menuju pengembangan usaha berbasis digital di desa.

b. ***Peningkatan Citra dan Branding UMKM melalui Fasilitasi Media Usaha***

Program ini dilaksanakan pada 12 dan 26 Agustus 2026 dengan tema "Membangun Identitas UMKM melalui Branding Usaha yang Kreatif dan Profesional". Berdasarkan hasil observasi, masih terdapat pelaku UMKM di Desa Sukamaju yang belum memiliki banner atau media promosi sebagai penanda usaha, sehingga usaha kurang mudah dikenali oleh konsumen, khususnya bagi UMKM yang berjualan di lingkungan sekitar maupun di lokasi yang ramai. Program ini bertujuan membantu pelaku UMKM membangun identitas usaha melalui branding serta memfasilitasi pembuatan banner sebagai media promosi dan identitas visual usaha.

Secara garis besar, kegiatan pada tanggal 12 Agustus difokuskan pada door to door kepada UMKM terkait branding usaha, sedangkan tanggal 26 Agustus digunakan untuk pembagian fasilitas banner kepada UMKM yang sebelumnya belum memiliki media identitas usaha. Dukungan spanduk identitas diberikan kepada tujuh usaha lokal, yaitu UMKM Brownies Podomoro, UMKM Brownies Bintang, UMKM Kerupuk Kulit RJ, UMKM Keripik Singkong Sinar Mandiri, UMKM Rempeyek, UMKM HS Snack, dan UMKM Cap Bunga Mekar.



Gambar 3. Pemasangan Benner UMKM

Hasilnya, ketujuh usaha tersebut kini memiliki identitas visual yang lebih jelas dan mudah dikenali masyarakat sekitar. Meskipun sederhana, keberadaan spanduk menjadi langkah awal untuk memperkenalkan usaha kepada konsumen. Kendala yang dihadapi berupa keterbatasan waktu dan sumber daya sehingga branding yang diberikan masih sebatas spanduk dan belum mencakup logo atau desain kemasan produk. Sebagai solusi, mahasiswa menyerahkan spanduk sebagai media identitas awal dan memberikan saran agar branding dapat dikembangkan lebih lanjut dengan dukungan pemerintah desa maupun dinas terkait.

c. ***Cinta, Bangga dan Paham Rupiah***

Program ini dilaksanakan pada 24 Agustus 2026 di SMPN 2 Pagerageung dengan tema "Menumbuhkan Generasi Cinta, Bangga, dan Paham Rupiah serta Cerdas Mengelola Keuangan Sejak Remaja". Program ini merupakan wujud kolaborasi strategis antara mahasiswa KKN dengan Bank Indonesia sebagai narasumber, dan diikuti oleh 398 siswa SMP.

Kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pihak sekolah dan penyusunan serta pengajuan proposal kepada Bank Indonesia sebagai calon narasumber. Setelah memperoleh persetujuan, mahasiswa KKN menyampaikan surat permohonan pemateri serta melakukan koordinasi teknis dan materi seminar.



Gambar 4. Pemaparan materi oleh pihak BI

Materi yang disampaikan mencakup karakteristik fisik mata uang Rupiah, sejarah nilai tukar, hingga tata cara merawat Rupiah dengan prinsip 5 Jangan (jangan dilipat, jangan dicoret, jangan di-stapler, jangan diremas, dan jangan dirusak). Materi dilanjutkan dengan edukasi pengelolaan keuangan sederhana, seperti membedakan kebutuhan dan keinginan, mengatur uang saku, menentukan prioritas pengeluaran, serta membiasakan menabung, yang dikemas melalui sesi tanya jawab dua arah dan kuis berhadiah agar siswa lebih aktif dan mudah memahami materi.

Hasilnya, para siswa SMP memperoleh wawasan mengenai fungsi vital uang dalam kehidupan sehari-hari, pentingnya mengenali ciri keaslian Rupiah untuk menghindari uang palsu, serta kesadaran sejak dini mengenai pentingnya mengelola keuangan pribadi secara bijak. Kendala yang muncul berupa kondisi aula yang cukup padat sehingga konsentrasi siswa di barisan belakang mudah teralihkan, serta keterbatasan durasi pelaksanaan karena harus disesuaikan dengan jadwal kegiatan belajar mengajar (KBM). Solusi yang ditempuh adalah menugaskan anggota tim untuk mendampingi langsung area belakang, menerapkan metode ice breaking dan permainan interaktif, serta memadatkan materi inti pada poin-poin yang paling relevan bagi pemahaman siswa.



Gambar 5. Dokumentasi kegiatan

d. *Sukamaju Safe Access*

Program ini dilaksanakan pada 27–28 Agustus 2026 di ruas Jalan Kampung Ciakar dengan tema "Mewujudkan Akses Jalan Desa yang Lebih Aman, Terlihat, dan Nyaman bagi Masyarakat". Jalan Kampung Ciakar merupakan salah satu akses yang digunakan masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, namun kondisi jalan yang minim penerangan pada malam hari menyebabkan batas dan arah jalur kurang terlihat jelas, khususnya bagi pengendara yang belum mengenal kondisi jalan tersebut.

Secara garis besar, pelaksanaan dibagi ke dalam lima tahap: (1) observasi dan peninjauan kondisi jalan serta identifikasi titik rawan; (2) koordinasi dan persiapan kebutuhan pemasangan; (3) pelaksanaan pemasangan reflektor pada titik-titik yang telah ditentukan; (4) pengecekan hasil pemasangan dan dokumentasi; serta (5) monitoring kondisi reflektor dan pemanfaatannya oleh masyarakat.



Gambar 6. Proses Pembuatan Reflektor Jalan

Hasilnya, titik-titik jalan yang sebelumnya rawan kini telah memiliki penanda visual pantul cahaya yang jelas, sehingga dapat diandalkan untuk menekan potensi terjadinya kecelakaan lalu lintas pada malam hari. Kendala yang dihadapi berupa keterbatasan ketersediaan alat berat untuk membersihkan permukaan jalan sebelum pemasangan, yang diatasi dengan melaksanakan pembersihan secara gotong royong dan manual bersama warga menggunakan alat kebersihan sederhana.

4.2. Pembahasan

Program UMKM Legacy menegaskan bahwa legalitas usaha, khususnya Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS), merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah. Legalitas usaha tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan administratif, tetapi juga membuka akses UMKM terhadap permodalan, pelatihan formal, dan perluasan pasar. Pendekatan door to door yang diterapkan terbukti efektif untuk menjangkau pelaku usaha yang belum terdata secara terpusat, sekaligus membangun kepercayaan melalui interaksi langsung.

Program Peningkatan Citra dan Branding UMKM sejalan dengan konsep pemasaran modern yang menempatkan identitas visual sebagai salah satu elemen penting dalam membangun kepercayaan dan daya saing usaha (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021). Fasilitasi banner sederhana menjadi langkah awal yang realistis bagi UMKM skala mikro sebelum mengembangkan elemen branding yang lebih kompleks seperti logo maupun desain kemasan produk.

Program Cinta, Bangga dan Paham Rupiah menunjukkan pentingnya edukasi kebanksentralan dan literasi keuangan sejak usia remaja. Kolaborasi dengan Bank Indonesia memberikan kredibilitas materi sekaligus memperluas wawasan siswa mengenai fungsi uang, keaslian Rupiah, dan pengelolaan keuangan pribadi, yang merupakan bekal penting dalam membentuk kebiasaan finansial yang sehat sejak dini.

Sementara itu, program Sukamaju Safe Access memperlihatkan bahwa intervensi infrastruktur sederhana, seperti pemasangan reflektor jalan, dapat memberikan dampak signifikan terhadap keselamatan pengguna jalan di kawasan pedesaan dengan keterbatasan penerangan. Pendekatan berbasis pemetaan titik rawan sebelum pemasangan memastikan bahwa intervensi yang diberikan tepat sasaran dan sesuai kebutuhan lapangan.

Secara keseluruhan, keempat program tersebut memberikan dampak yang positif, baik bagi mahasiswa maupun masyarakat. Mahasiswa memperoleh pengalaman berharga dalam berinteraksi langsung dengan masyarakat desa dan mitra eksternal seperti Bank Indonesia, sekaligus mampu menerapkan ilmu yang telah dipelajari di kampus dalam praktik nyata. Sementara itu, masyarakat Desa Sukamaju memperoleh manfaat berupa legalitas usaha yang lebih tertib, identitas visual UMKM yang lebih profesional, pemahaman literasi keuangan bagi generasi muda, serta akses jalan desa yang lebih aman pada malam hari.

4.3. Dampak dan Keberlanjutan Program

Dari sisi keberlanjutan, program UMKM Legacy membuka peluang bagi pelaku usaha yang telah memiliki NIB untuk mengakses program pembinaan lanjutan dari dinas terkait, seperti pelatihan manajemen usaha maupun fasilitasi permodalan. Data profil UMKM yang telah dihimpun selama kegiatan juga dapat menjadi basis data awal bagi pemerintah desa dalam merancang program pemberdayaan ekonomi ke depan.

Program branding melalui fasilitasi spanduk diharapkan menjadi pemantik bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan elemen identitas visual lainnya, seperti logo, label kemasan, dan akun media sosial usaha, seiring dengan berjalannya program digitalisasi UMKM yang turut dilaksanakan oleh tim KKNT. Keberlanjutan program ini bergantung pada inisiatif pelaku usaha serta dukungan pendampingan dari perangkat desa maupun dinas koperasi dan UMKM setempat.

Program Cinta, Bangga dan Paham Rupiah memberikan dampak edukatif yang bersifat jangka panjang, karena pemahaman mengenai pengelolaan keuangan yang ditanamkan sejak usia remaja berpotensi membentuk kebiasaan finansial yang lebih sehat hingga dewasa. Kolaborasi dengan Bank Indonesia juga membuka peluang bagi pihak sekolah untuk menjalin kerja sama edukasi keuangan secara berkelanjutan di masa mendatang.

Sementara itu, keberadaan reflektor jalan pada program Sukamaju Safe Access memerlukan pemeliharaan rutin agar fungsi pantul cahayanya tetap optimal. Pemerintah desa maupun masyarakat setempat diharapkan dapat melanjutkan pemantauan kondisi reflektor serta mempertimbangkan perluasan pemasangan pada titik-titik jalan lain yang memiliki karakteristik serupa, sebagai bagian dari upaya berkelanjutan dalam menjaga keselamatan infrastruktur desa.

4.4. Refleksi dan Pembelajaran bagi Mahasiswa

Selain memberikan manfaat bagi masyarakat, pelaksanaan keempat program kerja ini juga menjadi ruang pembelajaran yang berharga bagi mahasiswa KKNT. Melalui program UMKM Legacy dan branding, mahasiswa belajar mempraktikkan komunikasi persuasif serta memahami proses administrasi legalitas usaha secara langsung di lapangan, suatu kompetensi yang tidak sepenuhnya diperoleh di bangku perkuliahan. Interaksi door to door dengan pelaku usaha juga melatih kepekaan sosial mahasiswa dalam memahami kebutuhan dan kendala nyata yang dihadapi oleh pelaku UMKM skala mikro.

Kolaborasi dengan Bank Indonesia dalam program Cinta, Bangga dan Paham Rupiah memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam mengelola kegiatan berskala besar yang melibatkan ratusan peserta serta narasumber eksternal, mulai dari tahap pengajuan proposal, koordinasi teknis, hingga pelaksanaan di lapangan. Sementara itu, keterlibatan dalam program Sukamaju Safe Access melatih kemampuan mahasiswa dalam melakukan observasi teknis sederhana serta bekerja sama dengan warga secara gotong royong untuk menyelesaikan permasalahan infrastruktur yang dihadapi bersama.

Secara umum, keempat pengalaman tersebut memperkuat kemampuan mahasiswa dalam hal komunikasi, koordinasi lintas pihak, pemecahan masalah di lapangan, serta penerapan ilmu manajemen dan ekonomi yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam konteks nyata di masyarakat desa.

4.5. Keterbatasan Kegiatan

Meskipun keempat program kerja terlaksana dengan baik, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu menjadi catatan. Pertama, durasi pelaksanaan KKNT yang hanya berlangsung selama satu bulan membatasi kedalaman intervensi pada masing-masing program, misalnya branding UMKM yang baru mencapai tahap fasilitasi spanduk dan belum menjangkau elemen identitas visual lain seperti logo maupun kemasan produk. Kedua, keterbatasan sumber daya dan peralatan turut

memengaruhi cakupan pelaksanaan, seperti pada program Sukamaju Safe Access yang hanya menjangkau satu ruas jalan di Kampung Ciakar, meskipun kondisi serupa berpotensi ditemukan di kampung lain.

Ketiga, belum tersedianya basis data pelaku UMKM secara terpusat di tingkat desa membuat proses pendataan pada program UMKM Legacy memerlukan waktu dan tenaga yang cukup besar. Keterbatasan-keterbatasan tersebut menjadi dasar bagi penyusunan saran keberlanjutan program pada bagian berikut, agar manfaat yang telah dirintis selama pelaksanaan KKNT dapat terus dikembangkan oleh pemerintah desa, masyarakat, maupun kelompok KKNT pada periode selanjutnya.

KESIMPULAN

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) Kelompok 2 STIE Latifah Mubarokiyah Suryalaya di Desa Sukamaju berhasil dilaksanakan secara sistematis dan terstruktur. Program UMKM Legacy berhasil menghimpun data profil UMKM sekaligus memproses legalitas usaha bagi pelaku UMKM sasaran melalui pendekatan door to door. Program Peningkatan Citra dan Branding UMKM melalui Fasilitasi Media Usaha memberikan identitas visual berupa spanduk bagi tujuh usaha lokal sebagai langkah awal penguatan branding. Program Cinta, Bangga dan Paham Rupiah, yang diselenggarakan bersama Bank Indonesia, meningkatkan pemahaman 398 siswa SMP mengenai fungsi, keaslian, dan cara merawat Rupiah, sekaligus menanamkan kebiasaan mengelola keuangan sejak remaja. Adapun program Sukamaju Safe Access berhasil meningkatkan keselamatan pengguna jalan di Kampung Ciakar melalui pemasangan reflektor pada titik-titik yang minim penerangan.

Keempat program tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pengabdian yang bersifat langsung, kolaboratif, dan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masyarakat mampu memberikan dampak nyata pada aspek ekonomi, literasi keuangan, dan keselamatan infrastruktur desa.

DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia. Cinta, Bangga, Paham Rupiah: Edukasi Kebanksentralan bagi Pelajar. Jakarta: Bank Indonesia.

Journal of Research in Marketing, 34(1), 22–45. https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006 Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world,

Kelompok 2 KKNT STIE-LM Suryalaya. (2026). Laporan Akhir Kuliah Kerja Nyata Tematik Desa Sukamaju, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya. Tasikmalaya: LPPM STIE Latifah Mubarokiyah Suryalaya.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Panduan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui Online Single Submission (OSS).

Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. Pedoman Teknis Perlengkapan Jalan dalam rangka Keselamatan Lalu Lintas.

Kingsnorth, S. (2019). Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing. Kogan

Kogan Page.Kotler, P., Kartajaya, H.,Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. John Wiley & Sons.OECD. (2020). Education in the digital age: Healthy and happy children. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/1209166a-en

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons.

marketing and social media: Why bother? Business Horizons, 57(6), 703–708. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002

Otoritas Jasa Keuangan. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI). Jakarta: OJK.

Page.Kingsnorth, S. (2022). Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing (3rd ed.).

Palacios-Marqués, D., & Ribeiro-Soriano, D. (2021). Digital marketing analytics: Artificial intelligence and big data. Industrial Marketing Management, 90, 303–315. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.002

Panitia. (2026). Pedoman Kuliah Kerja Nyata Tematik. Suryalaya: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat STIE Latifah Mubarokiyah Suryalaya.

Profil Desa Sukamaju, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya. (2026).

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2011 tentang Mata Uang.

Ryan, D. (2016). Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation (4th ed.). Kogan Page.Saura, J. R.,

Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital

Trainor, K. J., Andzulis, J., Rapp, A., & Agnihotri, R. (2014). Social media technology usage and customer relationship performance. Journal of Business Research, 67(6), 1201–1208. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.05.002

unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003