



Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) MOTEKAR: Pendataan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Pemasaran Digital untuk Penguatan Legalitas dan Akses Pasar Untuk Mencapai UMKM Mandiri dan Tangguh

Muhammad Irfan Hakim^{1*}, Mia Rasmiaty², Chintya Dewi³, Saefuloh⁴, Fitriana Amelia⁵, Novitasari⁶, Dhea Amanda Rowandita⁷, Iwan Satriyo Nugroho⁸

^{1,2,3,4,5,6,7} Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Nusantara, Indonesia, 40286

⁸ Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Nusantara, Indonesia, 40286

E-mail :* mirfanhakim92@gmail.com

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.2302>

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) belum memiliki legalitas untuk menjual produknya. Demikian juga dalam bidang pemasaran dimana produk belum memiliki pemasaran digital yang memadai. Pemberdayaan UMKM di Desa Maruyung Rt.005/009 bertujuan untuk meningkatkan daya saing melalui pendataan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan pemasaran digital. Metode yang dipergunakan adalah pelatihan, pembinaan, dan penyuluhan. Banyak UMKM di desa tersebut belum memiliki legalitas yang memadai, sehingga menghambat akses pasar mereka. Program ini melibatkan pendataan UMKM yang belum memiliki NIB dan memberikan edukasi mengenai strategi pemasaran melalui media sosial dan marketplace. Hasilnya, beberapa UMKM berhasil mendapatkan NIB dan memiliki pemahaman lebih baik tentang pemasaran digital. Program ini berkontribusi pada penguatan legalitas dan memperluas akses pasar UMKM lokal.

Kata Kunci: Pembinaan, UMKM, NIB, Pemasaran

Abstract: Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) do not yet have the legality to sell their products. Likewise in the marketing sector where products do not yet have adequate digital marketing. Empowerment of MSMEs in Maruyung Village Rt.005/009 aims to increase competitiveness through data collection on Business Identification Numbers (NIB) and digital

marketing. The methods used are training, coaching and counseling. Many MSMEs in the village do not have adequate legality, thus hampering their market access. This program involves collecting data on MSMEs that do not yet have an NIB and providing education regarding marketing strategies through social media and marketplaces. As a result, several MSMEs succeeded in obtaining NIB and have a better understanding of digital marketing. This program contributes to strengthening legality and expanding market access for local MSMEs.

Keywords: *Development, MSMEs, NIB, Marketing*

Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peran penting dalam perekonomian lokal, khususnya di daerah pedesaan seperti Desa Maruyung, Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung. Namun, banyak UMKM menghadapi tantangan dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing, terutama karena kurangnya legalitas dan penerapan strategi pemasaran yang efektif. Pengurus UMKM MOTEKAR belum memiliki NIB karena kurangnya pemahaman atau akses terhadap sistem perizinan berbasis OSS (*Online Single Submission*).

Kendala terbatasnya akses informasi mengenai manfaat memiliki NIB, seperti kemudahan akses permodalan, perlindungan hukum, dan peluang mengikuti program pemerintah. Juga kendala rendahnya tingkat literasi digital, yang menghambat pemanfaatan teknologi untuk pengembangan usaha.

Kelompok UMKM MOTEKAR, yang beranggotakan 13 UMKM di RT.05 RW.09, adalah contoh nyata. Kelompok ini memproduksi berbagai makanan tradisional Indonesia seperti tape ketan hitam, ali agrem, dan kerupuk jengkol. Meskipun produk-produk ini memiliki potensi tinggi, sebagian besar masih dipasarkan secara konvensional dengan cara berkeliling pasar lokal, dan kemasannya pun masih sederhana, berupa plastik biasa. Kendala utama yang dihadapi oleh kelompok MOTEKAR adalah keterbatasan akses pasar dan ketidakmampuan untuk bersaing dengan produk-produk lain di pasar yang lebih luas. Selain itu, hanya sebagian dari UMKM yang tergabung dalam kelompok ini yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sementara yang lain belum terdaftar secara resmi. Hal ini mempersempit peluang UMKM untuk memperluas jaringan distribusi mereka dan berpartisipasi dalam pasar yang lebih formal. Sebagai upaya untuk mengatasi masalah ini, program pemberdayaan UMKM di Desa Maruyung bertujuan untuk membantu UMKM yang belum memiliki NIB, serta memberikan edukasi tentang pemasaran digital dan pentingnya pengemasan produk yang lebih menarik. Dalam

program ini, berhasil didaftarkan NIB untuk 9 dari 13 UMKM, sementara sisanya sudah memilikinya. Selain itu, penyuluhan terkait pemasaran melalui media sosial dan marketplace menjadi bagian penting dari program untuk memperluas akses pasar. Oleh karena itu, program pemberdayaan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap penguatan legalitas UMKM dan meningkatkan daya saing mereka melalui strategi pemasaran yang lebih modern dan efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak dari pemberdayaan UMKM melalui pendataan NIB dan pemasaran digital, serta bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap akses pasar dan penguatan ekonomi lokal.



Gambar 1. Persiapan Dosen dan Mahasiswa dalam persiapan materi dan metode PKM

Metode

Pengabdian Kepada Masyarakat ini berbasis Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, berfokus pada kelompok UMKM MOTEKAR di RT.05 RW.09 Desa Maruyung. Pengabdian kepada Masyarakat dengan metode penyuluhan dan pendampingan. Keterlibatan subyek dampingan dalam proses perencanaan dan pengorganisasian komunitas dengan pemahaman, perencanaan dan pelaksanaan legalitas dan pemasaran baik pemasaran secara *offline* maupun *online*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara terstruktur kepada seluruh anggota UMKM, berjumlah 13 pelaku usaha, untuk mengeksplorasi kondisi

legalitas usaha (terkait kepemilikan Nomor Induk Berusaha atau NIB) dan strategi pemasaran yang mereka terapkan. Wawancara terstruktur ini bertujuan menggali informasi terkait pengalaman, kebutuhan, serta tantangan yang dihadapi oleh setiap UMKM, khususnya dalam hal pemasaran produk dan kepemilikan NIB. Instrumen wawancara terdiri dari daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, namun tetap fleksibel untuk memungkinkan elaborasi lebih mendalam berdasarkan jawaban responden.

Selain wawancara, dilakukan juga observasi langsung terhadap aktivitas usaha para UMKM. Observasi ini mencakup cara produksi, pengemasan produk, dan metode distribusi yang digunakan, baik secara konvensional (seperti berkeliling pasar) maupun potensial melalui platform digital. Tujuan dari observasi ini adalah untuk memahami kondisi riil yang dihadapi oleh UMKM dalam praktik sehari-hari, serta mengevaluasi bagaimana kemasan dan cara distribusi produk dapat mempengaruhi penjualan mereka.

Data yang diperoleh dianalisis secara tematik. Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola dan tema umum yang muncul dari wawancara dan observasi, terutama yang berkaitan dengan legalitas usaha, pemasaran digital, dan pengemasan produk. Hasil analisis ini kemudian dibandingkan dengan literatur yang relevan untuk menilai sejauh mana program pemberdayaan ini berkontribusi dalam peningkatan daya saing dan akses pasar UMKM. Hasil akhir dari penelitian ini akan memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas program pendataan NIB dan penyuluhan pemasaran digital dalam memperkuat legalitas dan akses pasar UMKM di Desa Maruyung.



Gambar 2. Diskusi, FGD perencanaan UMKM MOTEKAR

Berikut bagan metode yang digunakan pada Pengabdian Kepada Masyarakat ini :



Gambar 3. Diagram Tahapan

Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis yang berkaitan dengan pertanyaan pengabdian dapat disampaikan sebagai berikut . . Kurangnya Sosialisasi dan Edukasi NIB Banyak UMKM masih menjalankan usahanya secara informal tanpa izin resmi karena tidak mengetahui proses dan manfaat NIB.

Tantangan dalam Proses Pendaftaran NIB, pelaku usaha sering mengalami kesulitan dalam mengakses OSS, baik karena kendala teknis (jaringan internet, perangkat) maupun administratif (persyaratan dokumen). Analisis dan penyelesaiannya penghambat a) Keterbatasan Akses Teknologi untuk Pemasaran Digital Sebagian besar UMKM belum memiliki akun media sosial bisnis atau toko online yang profesional. b). Kurangnya Pemahaman tentang Strategi Digital Marketing; Banyak pelaku usaha yang masih menggunakan metode pemasaran konvensional dan belum memahami pentingnya SEO, *social media ads*, atau *marketplace*.

Pembahasan hasil pengabdian berdasarkan peluang yang bisa dimanfaatkan . Dukungan Pemerintah Program digitalisasi UMKM dari pemerintah memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk lebih mudah mendapatkan NIB dan mengembangkan pemasaran digital.



Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) *Door to door*

- a) Platform Digital yang Mudah Diakses; Banyaknya platform seperti marketplace (Shopee, Tokopedia, Bukalapak) dan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) yang bisa digunakan untuk pemasaran dengan modal kecil.
- b) Peningkatan Akses Internet; Meningkatnya penetrasi internet di berbagai daerah memungkinkan UMKM lebih mudah mengakses informasi dan teknologi digital.
- c) Pembahasan berisi pemaknaan hasil dan perbandingan dengan teori dan/atau hasil pengabdian sejenis. Pelaksanaan program pemberdayaan kelompok UMKM MOTEKAR di Desa Maruyung berfokus pada dua aspek utama: penguatan legalitas melalui pendataan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan edukasi pemasaran digital untuk meningkatkan akses pasar. Dari 13 UMKM yang tergabung dalam kelompok ini, 9 UMKM berhasil didaftarkan NIB, sementara 4 lainnya sudah memiliki NIB sebelumnya. Proses pendataan NIB dilakukan secara sistematis melalui wawancara dan pengumpulan dokumen yang dibutuhkan. Foto-foto dokumentasi selama pengambilan data menunjukkan partisipasi aktif pelaku UMKM dalam proses ini. Penyerahan NIB secara resmi kepada UMKM yang belum memilikinya menjadi salah satu pencapaian penting dari program ini, dan disambut dengan antusiasme tinggi karena membuka peluang usaha mereka untuk terlibat dalam pasar formal.

Kendala yang dihadapi sebagian besar UMKM MOTEKAR terkait dengan cara pemasaran yang masih konvensional. Sebagian besar produk makanan tradisional seperti tape ketan hitam, ali agrem, dan rengginang dipasarkan dengan cara berkeliling di pasar lokal. Metode ini memerlukan waktu dan tenaga yang tidak sedikit, serta membatasi jangkauan pasar UMKM. Melalui program penyuluhan

pemasaran digital, UMKM diperkenalkan dengan berbagai platform digital seperti media sosial dan marketplace. Materi penyuluhan mencakup pengenalan cara membuat akun, mengelola konten pemasaran, hingga strategi optimasi penjualan. Dokumentasi kegiatan penyuluhan digital marketing menunjukkan interaksi aktif antara peserta dan pemateri, dengan pelatihan langsung tentang cara menggunakan aplikasi digital untuk pemasaran.

Hasil penyuluhan menunjukkan bahwa beberapa UMKM mulai menyadari potensi besar dari pemasaran digital, meskipun masih ada tantangan dalam hal keterbatasan keterampilan teknis dan akses terhadap infrastruktur digital yang memadai. Beberapa UMKM yang lebih muda lebih cepat beradaptasi dengan pemasaran digital, sementara UMKM yang lebih tradisional membutuhkan pendampingan lebih lanjut.

Selain itu, observasi langsung juga menyoroti masalah dalam hal pengemasan produk. Hampir seluruh UMKM di kelompok MOTEKAR masih menggunakan kemasan plastik biasa yang kurang menarik, sehingga berpengaruh pada daya tarik produk di pasar yang lebih luas. Berdasarkan wawancara, para pelaku UMKM menyadari bahwa kemasan memainkan peran penting dalam meningkatkan daya jual produk, namun mereka menghadapi keterbatasan biaya dan keterampilan dalam merancang kemasan yang lebih baik. Oleh karena itu, dalam penyuluhan, disampaikan pula pentingnya pengemasan yang lebih profesional, baik dari segi tampilan maupun fungsi, untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing produk.

Program ini secara keseluruhan menunjukkan kemajuan dalam hal legalitas dan pengetahuan pemasaran digital, namun keberlanjutan dampaknya sangat bergantung pada pendampingan lanjutan, terutama dalam penerapan pemasaran digital secara konsisten dan peningkatan kualitas pengemasan produk. Dokumentasi visual dari kegiatan ini termasuk pengambilan data NIB, penyerahan NIB, dan penyuluhan digital marketing menjadi bukti nyata keterlibatan UMKM dalam proses pemberdayaan ini.



Gambar 5. Pelatihan Pemasaran digital

Pelaksanaan program pemberdayaan kelompok UMKM MOTEKAR di Desa Maruyung berfokus pada dua aspek utama: penguatan legalitas melalui pendataan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan edukasi pemasaran digital untuk meningkatkan akses pasar. Dari 13 UMKM yang tergabung dalam kelompok ini, 9 UMKM berhasil didaftarkan NIB, sementara 4 lainnya sudah memiliki NIB sebelumnya. Proses pendataan NIB dilakukan secara sistematis melalui wawancara dan pengumpulan dokumen yang dibutuhkan. Foto-foto dokumentasi selama pengambilan data menunjukkan partisipasi aktif pelaku UMKM dalam proses ini. Penyerahan NIB secara resmi kepada UMKM yang belum memilikinya menjadi salah satu pencapaian penting dari program ini, dan disambut dengan antusiasme tinggi karena membuka peluang usaha mereka untuk terlibat dalam pasar formal.

Kendala yang dihadapi sebagian besar UMKM MOTEKAR terkait dengan cara pemasaran yang masih konvensional. Sebagian besar produk makanan tradisional seperti tape ketan hitam, ali agrem, dan rengginang dipasarkan dengan cara berkeliling di pasar lokal. Metode ini memerlukan waktu dan tenaga yang tidak sedikit, serta membatasi jangkauan pasar UMKM. Melalui program penyuluhan pemasaran digital, UMKM diperkenalkan dengan berbagai platform digital seperti media sosial dan marketplace. Materi penyuluhan mencakup pengenalan cara membuat akun, mengelola konten pemasaran, hingga strategi optimasi penjualan. Dokumentasi kegiatan penyuluhan digital marketing menunjukkan interaksi aktif antara peserta dan pemateri, dengan pelatihan langsung tentang cara menggunakan aplikasi digital untuk pemasaran.

Hasil penyuluhan menunjukkan bahwa beberapa UMKM mulai menyadari potensi besar dari pemasaran digital, meskipun masih ada tantangan dalam hal keterbatasan keterampilan teknis dan akses terhadap infrastruktur digital yang

memadai. Beberapa UMKM yang lebih muda lebih cepat beradaptasi dengan pemasaran digital, sementara UMKM yang lebih tradisional membutuhkan pendampingan lebih lanjut.

Selain itu, observasi langsung juga menyoroti masalah dalam hal pengemasan produk. Hampir seluruh UMKM di kelompok MOTEKAR masih menggunakan kemasan plastik biasa yang kurang menarik, sehingga berpengaruh pada daya tarik produk di pasar yang lebih luas. Berdasarkan wawancara, para pelaku UMKM menyadari bahwa kemasan memainkan peran penting dalam meningkatkan daya jual produk, namun mereka menghadapi keterbatasan biaya dan keterampilan dalam merancang kemasan yang lebih baik. Oleh karena itu, dalam penyuluhan, disampaikan pula pentingnya pengemasan yang lebih profesional, baik dari segi tampilan maupun fungsi, untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing produk.

Program ini secara keseluruhan menunjukkan kemajuan dalam hal legalitas dan pengetahuan pemasaran digital, namun keberlanjutan dampaknya sangat bergantung pada pendampingan lanjutan, terutama dalam penerapan pemasaran digital secara konsisten dan peningkatan kualitas pengemasan produk. Dokumentasi visual dari kegiatan ini termasuk pengambilan data NIB, penyerahan NIB, dan penyuluhan digital marketing menjadi bukti nyata keterlibatan UMKM dalam proses pemberdayaan ini.



Gambar 6. (Penyuluhan Pentingnya Legalitas Pada Produk)



Gambar 7. (Penyuluhan Digital Marketing)



Gambar 8. (Pengumpulan Data Persyaratan NIB)



Gambar 9. (Penyerahan NIB)

Kesimpulan

Solusi yang dapat dilaksanakan secara bertahap dalam membimbing legalitas UMKM dan Pemasaran Produk MKM dapat disimpulkan dalam tulisan ringas dibawah ini.

Pelatihan dan Pendampingan Pendaftaran NIB. Hal ini memberikan hasil dimana masyarakat Desa Wargaluyu semakin memahami pendaftaran NIB. Mengadakan workshop atau klinik bisnis untuk membantu UMKM dalam proses registrasi NIB melalui OSS.

Edukasi Pemasaran Digital; Memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran online, mulai dari optimasi media sosial hingga pemanfaatan marketplace. Pembuatan dan pendampingan konten digital; membantu UMKM dalam membuat konten yang menarik dan sesuai dengan target pasar.

Penggunaan Teknologi yang mudah diakses; Mendorong penggunaan aplikasi atau tools sederhana untuk pemasaran digital, seperti Canva untuk desain, WhatsApp Business untuk komunikasi pelanggan, dan Shopee atau Tokopedia untuk jualan online.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Bapak Kepala Desa Wargaluyu, Bapak Sekretaris desa Wargaluyu, Serta seluruh prangkat Desa Wargaluyu. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga kami tujukan kepada Pengurus Komunitas MOTEKAR dan seluruh warga masyarakat yang telah mendukung aktivitas ini.

Referensi

- Santana, S., Muttaqin, I., Vrij, L., Asivadibrata, A., Kamaludin, N., Aulia, A., & Maesaroh, S. (2023, February 6). Analisis implementasi manajemen risiko pada UMKM Tasikmalaya (Studi kasus UMKM Mie Baso Sarirasa 81). *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2), 60-75.
- Nugroho, Iwan Satriyo Nugroho. , Srimurni, Rafika R., Khoer, Fadila R., Hidayatuloh, Rifansyah , Juleha, Siti , Hikmat, Ahmad Muhammad R.S., (2024). Pendampingan Manajemen Pemanfaatan Lahan oleh Kelompok Wanita Tani dalam menurunkan Stunting di Desa Rancakalong, *JURPIKAT*, 5(4), 1316-1331, <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.2022>
- Ramadhan, W., Rachmawati, I., & Alamsyah, A. (2023, February 6). Pengaruh word of mouth, digital marketing, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2), 124-136.
- Harida, R., Astuti, C., Wulandari, R., Mustikasari, R., & Novitasari, L. (2023, March 29). Workshop UMKM: Pemasaran berbasis literasi digital. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 27-34.
- Mochammad Rizal Ramadhan, Basid, A., Khasairi, M., Najib Fahmi, M. I., Mutiara Hasanah, S., & Khoirunnisa, T. (2023). Aplikasi Qurraci Based On Augmented Reality Sebagai Sarana Meningkatkan Literasi Qur'anic Natural Science Siswa SMP Kota Surabaya. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(2), 175-184. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i2.1325>
- Ikhsani, A., Dhanar, I. S., & Saputra, S. (2023, March 29). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi pada bisnis Pempek Lestari. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 17-26.
- Nugroho, Iwan Satriyo , Srimurni, Rafika R., Sosialisasi dan Pendampingan Produk Unggulan Desa Berupa Kopi Gugus Cinta Gunung Cijambu (Kopi Guci) dengan Pemasaran secara Digital Guna Meningkatkan Kesejahteraan Anggota, *JURPIKAT*, 5 (3), 787-801, <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i3.1825>
- Kurniawan, A., Alinda, T., Ramdhani, F., & Alawi, M. (2023, June 9). Pendampingan UMKM kripik pisang dan talas melalui packaging dan digital marketing di Kelurahan Rakam, Kabupaten Lombok Timur, NTB. *Komatika: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 20-28.
- Srimurni, Rafika R., Nugroho, Iwan S., Abdussalam, Jiehad Akbar Pria Utama , Efni Yusnita, Reina Marsela , (2024), SEMINAR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN

KOMUNIKASI PADA MASYARAKAT DESA TANJUNGWANGI, CICALENGKA, KABUPATEN BANDUNG , *Media Nusantara*, 21 (1), 46 - 53, <https://ojs.uninus.ac.id/index.php/MediaNusantara/article/view/3183>

Nastiti, P., & Negara, J. P. (2022, June 14). Pemanfaatan teknologi informasi digital sebagai media optimasi marketing UMKM Paring Spirulina. *Komatika: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 07-11.

Nugroho, Iwan Satriyo , Srimurni, Rafika R, PEMBINAAN PRODUKSI TAPE KETAN HITAM ORGANIK SEBAGAI PELESTARIAN KULINER ETNIK LOKAL ORGANIK BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI, (2021), 3 (1), 1-11.

Ulum, A., Theresia, T., Firmansyah, A., & Rohman, F. (2022, October 7). Peningkatan kualitas produk UMKM melalui digital marketing dan legalitas produk di Desa Cerme. *Jurnal Terapan Abdimas*, 8(1), 16.

Srimurni, Rafika R., Nugroho, Iwan S., Abdussalam Abdussalam, Jiehad Akbar Pria Utama Jiehad Akbar, Pria Utama, Guntur Guntur, Musyfiq Amrullah Musyfiq Amrullah. (2021), *Media Nusantara*. 18. 295-303, <https://ojs.uninus.ac.id/index.php/MediaNusantara/article/view/3170>

Srimurni, Rafika R., Nugroho, Iwan S., Darwin Nahwan, Ahmad Muhamad Ridwan Saiful, Silvy Sondari Gadzali, Noneng Nurhayani, Moch Irwan Hermanto. 2023. PERANCANGAN DESAIN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN BERUPA OVEN INOVASI SISTEM PEMANAS RAMAH LINGKUNGAN DALAM MENDUKUNG KETAHANAN PANGAN DESA, *Media Nusantara*. 20 (1). 1-17. <https://ojs.uninus.ac.id/index.php/MediaNusantara/article/view/2582>

Nugroho, Iwan Satriyo , Srimurni, Rafika R., Fadila Rahma Ghoer, Rifansyah Hidayatulloh, 2024. Design of a Digital System for Handling Stunting" STUNRAKA" Rancakalong Village, Rancakalong District, Sumedang Regency. 1(1).,51-61. <https://ejournal.jurnalist.org/index.php/jureti/article/view/12>