Prosiding Seminar Hasil
KKN, Vol 3 No 1 2026
E ISSN 3030-8895

OPTIMALISASI UMKM MELALUI PENDAMPINGAN LEGALITAS USAHA (NIB), BRANDING PRODUK, DAN PEMASARAN SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN USAHA DI DESA RANDEGAN

Muhammad Daffa Eka Dharmawan[1*], Dhini Zahrotul Aini[2], Achmad Fajar Adiansyah[3], Rosalina Novianti Safitri[4], Dhialailatul Fitria[5], Dwi Retnaningtyas Utami[6]

[1,2,3,4,5]Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik
[6]Dosen Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Gresik

Jl. Sumatera No 101, Gn, Malang, Randuagung, Kec. Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121

Email : daffadarmawan21623@gmail.com

ABSTRACT

The optimization of MSMEs through business legality assistance, product brand strengthening, and marketing strategies is a strategic step to enhance competitiveness and business sustainability in Randegan Village. This initiative aims to support MSME actors in obtaining a Business Identification Number (NIB), improving product identity and added value through more attractive branding, and expanding market access through both digital and traditional marketing approaches. The technique applied in this program was direct mentoring for business owners, starting from the NIB registration process, logo and packaging design, to the development of promotional strategies. The mentoring was conducted comprehensively to ensure that MSME actors could understand each stage in a practical and effective manner. The results of this activity indicate an increased understanding of business legality, a more professional product appearance, and improved ability to utilize social media as a promotional tool. By obtaining an NIB, MSME actors also gain greater opportunities to access government programs and financial assistance. This program is expected to encourage the improvement of business capacity and income for MSMEs in Randegan Village.

Keywords: MSMEs, Business Legality (NIB), Product Branding, Marketing Strategy.

ABSTRAK

Optimalisasi UMKM melalui pendampingan legalitas usaha, penguatan merek produk, serta strategi pemasaran merupakan langkah strategis untuk memperkuat daya saing dan kelangsungan usaha di Desa Randegan. Inisiatif ini bertujuan untuk mendukung pelaku UMKM dalam mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB), meningkatkan identitas dan nilai tambah produk melalui merek yang lebih menarik, serta memperluas akses pasar melalui cara pemasaran digital dan tradisional. Teknik yang

diterapkan dalam program ini adalah pendampingan langsung kepada pelaku usaha, mulai dari tahap pendaftaran NIB, desain logo dan kemasan, hingga pengembangan strategi promosi. Pendampingan dilakukan secara menyeluruh agar pelaku UMKM dapat memahami setiap langkah dengan cara yang praktis dan efektif. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mengenai legalitas usaha, penampilan produk yang lebih profesional, serta kemampuan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Dengan memiliki NIB, pelaku UMKM juga mendapatkan peluang lebih besar untuk mengakses program pemerintah dan bantuan keuangan. Diharapkan program ini dapat mendorong peningkatan kapasitas usaha dan pendapatan bagi UMKM di Desa Randegan.

Kata Kunci: UMKM, Legalitas Usaha (NIB), Penguatan Merek, Strategi Pemasaran.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu sektor ekonomi yang berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di daerah pedesaan. [1]Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai tempat tersendiri dalam roda pergerakan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Salah satu roda perekonomian yang tidak bisa terpengaruh oleh tekanan eksternal, sehingga mampu bertahan dalam krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia. [2]Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi pada penggerakan ekonomi lokal melalui penciptaan kesempatan kerja, pemanfaatan potensi sumber daya daerah, serta penguatan ekonomi yang berbasis komunitas.[3] UMKM memiliki peran penting dalam mendorong perkembangan ekonomi masyarakat. Hal tersebut dikarenakan UMKM dapat menciptakan lapangan kerja.[4] Dalam menumbuhkembangkan produk-produk UMKM pemerintah memberikan kemudahan dalam pengurusan legalitas usaha yaitu ijin (NIB) usaha dan sertikasi halal produk.[5] Kelompok UMKM sangat terlihat kontribusi dalam proses penciptaan nilai tambah, kontribusi dalam terbukanya lapangan usaha dan dunia usaha baru, memiliki kekuatan dalam menjaga kestabilan tingkat harga, pada momentum tertentu kelompok ini memiliki peran ganda dalam perekonomian, yang pertama sebagai filterisasi bagi kondisi ekonomi dimasa krisis, memberi kontribusi sebagai penguat terhadap keseimbangan pasar dan yang kedua sebagai bentuk kelompok yang terkena dampak yang paling kentara dalam kondisi krisis walaupun dalam kenyataanya selayaknya pil pahit dalam pembangunan baik

[1] Badirun Basir et al., "Pendampingan UMKM Dalam Pengembangan Produk Dan Branding Untuk Peningkatan Daya Saing: Pengabdian," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan* 4, no. 1 (2025): 5089–98.

[2] Etik Sulistyorini et al., "Peningkatan Branding Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Pemenuhan Legalitas Standar Keamanan Pangan Dan Sertifikasi Halal Produk," n.d., https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma.

[3] Pangestuti Prima Darajat et al., "Pendampingan UMKM Dalam Aspek Legalitas, Branding Dan Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Pagak Kabupaten Malang," *I-Com: Indonesian Community Journal* 3, no. 4 (December 3, 2023): 2044–50, doi:10.33379/icom.v3i4.3465.

[4] Nurul Farida, Tri Kurniastuti, and Bambang Septiawan, "Pelatihan Dan Pendampingan Legalitas Usaha Produk Makanan UMKM Berbasis Produk Halal," *Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 5 (2023): 706–13, doi:10.25008/altifani.v3i5.481.

secara makro maupun mikro ekonomi. Di Desa Randegan, UMKM tumbuh sebagai jenis usaha mandiri masyarakat yang beroperasi di berbagai sektor, seperti kuliner, produk olahan makanan, perdagangan kecil, serta usaha rumah tangga lainnya yang mendukung ekonomi keluarga.

Meskipun memiliki potensi yang besar, pertumbuhan UMKM di Desa Randegan masih mengalami berbagai tantangan dalam meningkatkan kemampuan usaha secara maksimal. Salah satu masalah utama adalah rendahnya tingkat kepemilikan legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB).[6] NIB merupakan syarat penting untuk mendapatkan legalitas usaha serta akses ke berbagai bantuan dan fasilitas pemerintah. Proses pengurusan NIB melalui Online Single Submission (OSS) masih dianggap rumit oleh pelaku usaha kecil, sehingga banyak dari mereka tidak memiliki izin usaha yang resmi.[7] UMKM dalam pelaksanaannya memerlukan Hukum Bisnis sebagai dasar melaksana bisnis. [8]Legalitas usaha merupakan faktor krusial karena berperan sebagai identitas resmi bagi pelaku usaha dan juga memberikan akses kepada berbagai program pemerintah, dukungan pendanaan, pelatihan, serta kesempatan pengembangan usaha yang lebih luas. [9]Program pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha, memperkuat branding, memperluas jangkauan pemasaran, dan memberikan status hukum formal kepada UMKM.[10] Pentingnya pelatihan branding serta pemasaran digital menjadi kebutuhan setiap perusahaan baik skala besar maupun UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis.

Berdasarkan hasil pengamatan langsung, tim melakukan pendampingan dengan mendatangi lima pelaku UMKM di Desa Randegan guna mengetahui situasi usaha secara langsung. Dari lima UMKM tersebut, terlihat bahwa tiga UMKM sudah memiliki legalitas usaha berupa NIB, sementara dua UMKM lainnya masih belum mempunyai legalitas usaha. Keadaan ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang signifikansi legalitas bisnis masih belum tersebar secara merata di antara pelaku UMKM.[11] Pengusaha yang belum memperoleh NIB biasanya menghadapi masalah dalam pendaftaran, seperti minimnya informasi, keterbatasan pengetahuan tentang teknologi digital, dan anggapan bahwa pengurusan legalitas sangat rumit.

---

[6] Prasetyo Harisandi et al., "Pendampingan UMKM Dalam Pembuatan NIB Dan Pembembangan Strategi Bisnis Yang Berkelanjutan Di Kec. Purwadadi Kab. Subang," *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (December 2, 2024): 85–91, doi:10.56457/dinamika.v2i2.646.

[7] T B Dicky et al., "Penerapan Hukum Bisnis Sebagai Upaya Menstimulus Kinerja UMKM Dari Perspektif Marketing," n.d., doi:10.37641/jimkes.v9i2.921.

[8] Dhika Amalia Kurniawan et al., "Peningkatan Branding Usaha Melalui Pendaftaran NIB, Sertifikasi Halal Produk Dan PIRT Serta Pendampingan Pemasaran Pada UMKM Desa Sidorejo, Ponorogo," *Community Empowerment Journal* 2, no. 1 (March 23, 2024): 48–58, doi:10.61251/cej.v2i1.41.

[9] Anisa Nur Aziizah et al., "Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital : Strategi Pemasaran, Penguatan Merek, Dan Legalitas Usaha Dan Pengembangan Kapasitas Digital," *ARDHI : Jurnal Pengabdian Dalam Negri* 3, no. 4 (August 23, 2025): 58–67, doi:10.61132/ardhi.v3i4.1408.

[10] Moh. Agung Surianto, "PELATIHAN BRANDING DAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM

Selain isu legalitas, elemen branding produk juga menjadi hambatan yang dihadapi pelaku UMKM. Beberapa produk masih memanfaatkan kemasan yang sederhana dan belum mempunyai identitas merek yang solid, sehingga kurang menarik minat konsumen dan belum mencerminkan nilai profesionalisme usaha. Namun, branding yang efektif dapat meningkatkan kompetisi produk, memperkuat citra perusahaan, dan memberikan nilai lebih pada produk yang dijual.

[12]Brand merupakan identifikasi yang berupa nama atau simbol yang mempengaruhi proses pemilihan suatu produk atau jasa yang membedakannya dari produk pesaing Dalam aspek pemasaran, banyak pelaku UMKM masih bergantung pada metode penjualan tradisional dengan jangkauan pasar yang terbatas di sekitar mereka. Penggunaan media sosial untuk promosi masih belum optimal akibat kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam strategi pemasaran digital. Akibatnya, kesempatan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan belum dimanfaatkan secara maksimal.[13] Branding yang kurang konsisten mengurangi daya tarik produk di pasar, dan banyak UMKM kesulitan bersaing dengan perusahaan besar atau UMKM lain yang telah lebih dulu mengoptimalkan teknologi dan branding mereka.[14] Pengembangan UMKM harus dilakukan dengan terencana, terstruktur, berkelanjutan,menuju arah peningkatan produktivitas dan daya saing, serta dapat terus menumbuhkan wirausahawan yang lebih tangguh sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia.[15] UMKM sulit bersaing dengan usaha yang skalanya lebih besar karena mereka sering menghadapi masalah konvensional yang tidak terselesaikan secara tuntas seperti keterbatasan SDM dalam memahami branding media sosial dan legalitas atau perizinan usaha serta berbagai masalah lain yang berkaitan dengan pengembangan usaha.

Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, dilakukan pendampingan yang menekankan pada optimalisasi UMKM melalui fasilitasi izin usaha, penguatan citra produk, serta pengembangan strategi penjualan. Pendampingan dilaksanakan secara langsung dan praktis supaya pelaku UMKM bisa mengerti setiap tahap dengan mudah dan dapat melaksanakannya secara mandiri. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Randegan dapat meningkatkan profesionalisme usaha, memperluas akses pasar, dan memperkokoh daya saing usaha secara berkelanjutan sehingga memberikan dampak yang baik bagi kemajuan ekonomi masyarakat desa

[12] I Gede Wayan Narayana et al., "PENGUATAN BRANDING PRODUK DAN OPTIMALISASI PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE PADA UMKM BOKOR DAN KEBEN UKIR FIBER," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6, no. 4 (August 28, 2022): 3088, doi:10.31764/jmm.v6i4.9386.

[13] Fesa Kristianto, Taukhid Broto, and Marza Salsabila, "Pemberdayaan UMKM Berdaya Saing Melalui Branding Dan Teknologi," *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 2 (October 30, 2025): 136–46, doi:10.31294/abditeknika.v5i2.10066.

[14] Ellisa Adelia and Rizky Dermawan, "Sosialisasi Dan Pendampingan UMKM Desa Bareng Kecamatan

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pendampingan partisipatif kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Randegan. Strategi ini diambil untuk mendapatkan gambaran akurat tentang situasi usaha, tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, serta proses transformasi yang terjadi setelah adanya pendampingan. Kegiatan dimulai dengan tahap observasi lapangan dan identifikasi kebutuhan usaha melalui kunjungan langsung ke lima UMKM yang ditargetkan dalam program. Pada fase ini dilakukan analisis terhadap aspek hukum usaha, keadaan merek produk, serta metode pemasaran yang telah diterapkan oleh setiap pelaku usaha.

Selanjutnya, diadakan tahap pendampingan secara langsung yang mencakup fasilitasi pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk UMKM yang belum memiliki legalitas usaha, pemberian penjelasan mengenai pentingnya legalitas usaha, serta praktik pengisian data melalui sistem Online Single Submission (OSS).[16] Legalitas usaha melalui izin resmi sangat penting bagi kemajuan sektor UMKM karena memberikan dampak positif bagi pelaku usaha di tingkat tersebut. Selain itu, pendampingan juga mencakup penguatan merek produk melalui pembuatan dan perbaikan logo, desain kemasan, serta penyusunan identitas produk yang lebih menarik dan informatif. Dalam bidang pemasaran, pelaku UMKM diberikan panduan tentang strategi promosi yang efisien, termasuk pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.

Proses pendampingan dilaksanakan secara bertahap melalui diskusi, praktik langsung, dan konsultasi individu agar pelaku UMKM dapat memahami setiap langkah dengan cara yang praktis dan aplikatif. Informasi kegiatan diperoleh dari hasil observasi, wawancara langsung dengan pelaku usaha, serta dokumentasi selama kegiatan berlangsung. [17]Mengingat UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) memiliki manfaat dan kontribusi yang besar dalam peningkatan dan pengembangan perekonomian masyarakat.Selanjutnya,[18] data dianalisis secara deskriptif untuk mengamati perubahan pemahaman dan peningkatan kemampuan pelaku UMKM setelah pendampingan dilakukan. Metodologi ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh tentang efektivitas program optimalisasi UMKM melalui pendampingan legalitas usaha, pengembangan merek, dan strategi pemasaran di Desa Randegan.

[16] Maretta Ayu Rahmawati and Gideon Budi Witjaksono, "AT-TARIIZ: Journal Ekonomi Dan Bisnis Islam PERAN LEGALITAS USAHA DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM DI WILAYAH KELURAHAN BONGKARAN)" 3, no. 03 (2024): 184–203, doi:10.62668/attariiz.v3i03.1228.

[17] Lukman Hakim et al., *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penyuluhan Kinerja UMKM Dan Pendampingan NIB*, vol. 3, 2022.

[18] Muhammad Hutfi As Adi et al., "MEMBANGUN UMKM TANGGUH, PERAN LEGALITAS USAHA DAN KATALOG DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM MODERN (DESA CIAWI)," n.d.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan diperoleh melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pendampingan partisipatif yang dilakukan secara langsung kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Randegan. Metode ini memberikan kesempatan kepada tim pelaksana untuk mendapatkan perspektif langsung tentang kondisi bisnis, pemahaman pelaku UMKM terkait legalitas usaha, dan kebutuhan pengembangan di bidang branding dan pemasaran. Pendampingan dilakukan pada lima UMKM yang dipilih berdasarkan observasi awal dan kesediaan para pelaku usaha untuk berpartisipasi dalam program.

Berdasarkan hasil identifikasi awal, diketahui bahwa dari lima UMKM yang didampingi, tiga UMKM sudah memiliki legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), sedangkan dua UMKM lainnya belum memiliki legalitas usaha. [19]Pelaku usaha yang tidak memiliki NIB sering menghadapi kesulitan dalam memahami prosedur pendaftaran digital dan minimnya informasi tentang keuntungan legalitas usaha untuk kelangsungan bisnis. Penemuan ini menegaskan hasil pengamatan pada tahap metodologi bahwa aspek hukum masih menjadi prioritas utama dalam pengembangan UMKM di Desa Randegan.

Pendampingan dilakukan dengan cara praktik langsung pendaftaran NIB memakai sistem Online Single Submission (OSS). Tim pendamping mendukung pelaku usaha dari pembuatan akun, pengisian informasi usaha, sampai proses verifikasi dokumen. Pendekatan partisipatif diimplementasikan dengan melibatkan pelaku usaha secara aktif selama proses berlangsung sehingga mereka dapat memahami setiap tahap dan mampu mengelola legalitas usaha secara mandiri di masa depan.



Gambar 1. Pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada pelaku UMKM melalui sistem Online Single Submission (OSS).

Usai proses pendampingan, pelaku UMKM mengalami peningkatan pemahaman tentang peran legalitas usaha sebagai identitas resmi dari bisnis.[20] Adapun untuk mengembangkan bisnis, diperlukan pengetahuan dan juga keterampilan yang mendalam bagi UMKM [21]yaitu pada pengelolaan pemasaran, pengelolaan keuangan, pengelolaan operasional, dan pengelolaan sumber daya manusia yang efektif dan efisien. UMKM yang telah mendapatkan NIB kini semakin menyadari keuntungan legalitas dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka kesempatan untuk mengakses program pemerintah serta bantuan pengembangan usaha.[22] Tanpa legalitas, UMKM sulit memperoleh Kredit Usaha Rakyat (KUR), masuk ke minimarket atau e-commerce terkurasi, karena [23]Ketiadaan dokumen legalitas membuat UMKM sulit berkembang. bahkan rentan terhadap risiko hukum Sementara itu, dua UMKM yang sebelumnya tidak memiliki legalitas mendapatkan pemahaman teknis tentang prosedur pengajuan NIB agar siap untuk melanjutkan proses pendaftaran secara mandiri.



Gambar 2. Pelaku UMKM Tempe menunjukkan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang telah diterbitkan melalui sistem OSS.



Gambar 3. Pelaku UMKM Martabak Terang Bulan Sari Mojo menunjukkan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang telah diterbitkan melalui sistem OSS.

[20] Nur Laili Fikriah, Mega Noerman Ningtyas, and Fikriyatul Azizah Su'ud, "Pelatihan Dasar Manajemen Dan Legalitas Usaha Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah," *I-Com: Indonesian Community Journal* 5, no. 1 (March 2, 2025): 1–11, doi:10.70609/icom.v5i1.5850.
[21] Nourma K Ulva D, M Fathur Rizki, and Siti Ulfa Nuraini, *PENDAMPINGAN PEMBUATAN NIB Dan LOGO KEMASAN SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI PENGEMBANGAN UMKM*, n.d.
[22] Desi Rahmadani Siagian et al., "Pendampingan Profesionalisasi UMKM: Peningkatan Branding Dan Perolehan Legalitas Usaha (NIB & P-IRT) Pada Kedai Permai," *Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat, Pekanbaru* 7 (2025): 2025–35, doi:10.31258/unricsce.7.94-102.
[23] Korespondensi Untung Usada et al., "Legalisasi Usaha Mikro: Pelatihan Dan NIB, P-IRT, Dan Sertifikasi Bagi UMKM Berbasis Digital Online Submission," *NCER* 4, no. 1 (2026): 37–42, https://journal.unusida.ac.id/index.php/ncer/.

Selain aspek legalitas usaha, hasil pendampingan juga mengindikasikan pergeseran pada elemen branding produk. [24] Branding marketing diperlukan pelaku usaha sebagai dasar untuk membangun dan mengelola identitas dan reputasi usaha, karena memiliki dampak signifikan pada bagaimana perusahaan dipersepsikan oleh konsumen, mitra bisnis, dan karyawan. Berdasarkan pengamatan awal, banyak produk UMKM masih mengandalkan kemasan basic tanpa identitas visual yang terdefinisi. Dengan melalui kegiatan pendampingan, pelaku usaha mendapat bimbingan dalam merancang logo sederhana, memilih nama merek, serta meningkatkan tampilan kemasan agar lebih informatif dan memiliki elemen estetika yang lebih menarik.[25] Perubahan ini membuat produk lebih mudah diingat dan meningkatkan citra profesional perusahaan.

Dalam aspek pemasaran, hasil wawancara mengungkapkan bahwa sebelum pendampingan, sebagian besar pelaku UMKM masih bergantung pada metode pemasaran tradisional dengan jangkauan yang terbatas. Dengan demikian, pendampingan diteruskan melalui latihan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi digital. Pelaku UMKM mendapatkan panduan tentang pembuatan akun usaha, penyusunan konten promosi dasar, serta cara menggunakan media sosial untuk memperluas pasar. Setelah kegiatan dilakukan, pelaku usaha mulai menyadari signifikansi pemasaran digital sebagai strategi pertumbuhan usaha di zaman teknologi.

Secara umum, temuan dari kegiatan ini mengindikasikan bahwa pendekatan pendampingan partisipatif yang dilaksanakan secara langsung sesuai dengan metodologi penelitian dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam tiga aspek utama, yaitu legalitas usaha, penguatan merek produk, dan strategi pemasaran. Pendampingan yang berorientasi pada praktik terbukti berhasil karena para pelaku usaha tidak hanya mendapatkan informasi secara teori, tetapi juga terlibat langsung dalam proses implementasi, sehingga perubahan yang terjadi bersifat praktis dan berkelanjutan.

[24] Ika Widya Ardhyani et al., "PERAN NIB DAN BRANDING MARKETING DALAM MENINGKATKAN POTENSI UMKM MINUMAN TRADISONAL DI DESA KEMUNING SIDOARJO," n.d.

[25] Herlian Adji et al., "Optimalisasi Manajemen Pemasaran Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Usaha Di Desa Gedangan," n.d., https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pendampingan yang dilakukan pada lima UMKM di Desa Randegan, dapat disimpulkan bahwa program optimalisasi melalui aspek legalitas usaha, penguatan merek, dan strategi pemasaran berdampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha. Pendampingan efektif dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai identitas resmi yang mendukung akses pada program pemerintah dan kesempatan pendanaan. Di samping itu, ada peningkatan dalam kualitas visual produk melalui perbaikan logo dan kemasan yang lebih menarik serta terampil. Dalam aspek pemasaran, pelaku UMKM kini menyadari dan menggunakan media sosial sebagai alat promosi untuk meningkatkan jangkauan pasar. Secara keseluruhan, metode pendampingan partisipatif yang dilaksanakan secara langsung terbukti berhasil dalam mendorong perubahan yang praktis, aplikatif, dan berkelanjutan sesuai dengan sasaran penelitian.

Saran

Perlu adanya kelanjutan program pendampingan agar hasil yang sudah dicapai dapat terus ditingkatkan secara maksimal. Pelaku UMKM diharapkan mampu secara mandiri melanjutkan proses legalitas usaha bagi yang belum memiliki NIB serta terus meningkatkan mutu branding dan strategi pemasaran digital. Diharapkan pemerintah desa dan lembaga terkait memberikan dukungan berkelanjutan berupa pelatihan, fasilitasi akses pembiayaan, dan pendampingan agar UMKM bisa tumbuh lebih kompetitif. Di samping itu, disarankan agar penelitian berikutnya dapat memperluas jumlah responden dan menganalisis efek jangka panjang dari pendampingan terhadap peningkatan pendapatan serta kelangsungan usaha UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Adji, Herlian, Setia Wibawa, & Yanda, and Bara Kusuma. "Optimalisasi Manajemen Pemasaran Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Usaha Di Desa Gedangan," n.d. https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis.

Anisa Nur Aziizah, Budi Susanto, Salsabilla Ramadhani, Anisa Al-Mas, Akbar Hermansyah, and Nurhayati Suarga. "Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital : Strategi Pemasaran, Penguatan Merek, Dan Legalitas Usaha Dan Pengembangan Kapasitas Digital." *ARDHI : Jurnal Pengabdian Dalam Negri* 3, no. 4 (August 23, 2025): 58–67. doi:10.61132/ardhi.v3i4.1408.

Basir, Badirun, Irma Hakim, Firza Al Furqan, La Ode Marihi, and Wahyu Budi. "Pendampingan UMKM Dalam Pengembangan Produk Dan Branding Untuk Peningkatan Daya Saing: Pengabdian." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan* 4, no. 1 (2025): 5089–98.

Darajat, Pangestuti Prima, Priska Choirina, Farid Wahyudi, Bagus Seta Inba Cipta, Urnika Mudhifatul Jannah, and Bila Nastiti Tasaufi. "Pendampingan UMKM Dalam Aspek Legalitas, Branding Dan Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Pagak Kabupaten Malang." *I-Com: Indonesian Community Journal* 3, no. 4 (December 3, 2023): 2044–50. doi:10.33379/icom.v3i4.3465.

Dicky, T B, Faldy Sn, Yulia Nurendah, and Weman Suardy. "Penerapan Hukum Bisnis Sebagai Upaya Menstimulus Kinerja UMKM Dari Perspektif Marketing," n.d. doi:10.37641/jimkes.v9i2.921.

Ellisa Adelia, and Rizky Dermawan. "Sosialisasi Dan Pendampingan UMKM Desa Bareng Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang Dalam Pembuatan NIB Dengan Brand Equity Melalui Logo Dan Arah Panah." *Jurnal Bintang Manajemen* 1, no. 3 (July 14, 2023): 01–17. doi:10.55606/jubima.v1i3.1817.

Farida, Nurul, Tri Kurniastuti, and Bambang Septiawan. "Pelatihan Dan Pendampingan Legalitas Usaha Produk Makanan UMKM Berbasis Produk Halal." *Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 5 (2023): 706–13. doi:10.25008/altifani.v3i5.481.

Faridatus Sholikhah, Nur, Salsa Mita Perdana, Sri Dilla Pramesti, Muhammad Qowiyyudin, Muhammad Dafa Alisharsa, Ramadhani Mahendra Kusuma, Universitas Pembangunan Nasional, et al. "Akselerasi Pengembangan

Ekonomi UMKM Melalui Pendampingan Dan Pengurusan NIB Di Dusun Sumberwinong." *Economic and Business Management International Journal Mei* 6, no. 2 (2024): 2715–3681. doi:10.556442.

Fikriah, Nur Laili, Mega Noerman Ningtyas, and Fikriyatul Azizah Su'ud. "Pelatihan
Dasar Manajemen Dan Legalitas Usaha Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha
Mikro Kecil Menengah." *I-Com: Indonesian Community Journal* 5, no. 1 (March 2,
2025): 1–11. doi:10.70609/icom.v5i1.5850.

Hakim, Lukman, al Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penyuluhan Peningkatan Kinerja UMKM dan Pendampingan Pembuatan NIB Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penyuluhan Peningkatan Kinerja UMKM dan Pendampingan Pembuatan NIB, Erni Fidiyanti, Abdul Deni, Mia Regitasari, Asmaul Husna, Sepniar Yulanda, Khusnul Khotimah, and Kata Kunci. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penyuluhan Kinerja UMKM Dan Pendampingan NIB*. Vol. 3, 2022.

Harisandi, Prasetyo, Adibah Yahya, Heru Mulyanto, and Asral. "Pendampingan UMKM Dalam Pembuatan NIB Dan Pembembangan Strategi Bisnis Yang Berkelanjutan Di Kec. Purwadadi Kab. Subang." *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (December 2, 2024): 85–91. doi:10.56457/dinamika.v2i2.646.

Hutfi As Adi, Muhammad, Sidiq Mu, Usi Yana Giyanti, Jihan Aenilah, Fajar Maulana, and Iqbal Maulana Muharom. "MEMBANGUN UMKM TANGGUH, PERAN LEGALITAS USAHA DAN KATALOG DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM MODERN (DESA CIAWI)," n.d.

Istiqomah Agustin, and Astrini Aning Widoretno. "Optimalisasi Pengembangan UMKM Melalui Legalitas Usaha Dan Branding Media Sosial Di Kelurahan Wonokusumo." *JURNAL MULTIDISIPLIN ILMU AKADEMIK* 2, no. 2 (April 30,
2025): 409–16. doi:10.61722/jmia.v2i2.4393.

Kristianto, Fesa, Taukhid Broto, and Marza Salsabila. "Pemberdayaan UMKM Berdaya Saing Melalui Branding Dan Teknologi." *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 2 (October 30, 2025): 136–46. doi:10.31294/abditeknika.v5i2.10066.

Kurniawan, Dhika Amalia, Hayatul Maemunah, An-nafsi Ma'rifatul Huda,

Muhammad Syaifullah, Akhmad Furqon Mubarok, Ahmad Azizi Basyir, Dwi Rohidayat, et al. "Peningkatan Branding Usaha Melalui Pendaftaran NIB, Sertifikasi Halal Produk Dan PIRT Serta Pendampingan Pemasaran Pada UMKM Desa Sidorejo, Ponorogo." *Community Empowerment Journal* 2, no. 1 (March 23,
2024): 48–58. doi:10.61251/cej.v2i1.41.

Moh. Agung Surianto. "PELATIHAN BRANDING DAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM BINAAN MEK PDA GRESIK." *DedikasiMU : Journal of Community Service* 7, no. 3 (September 8, 2025): 335–42. doi:10.30587/dedikasimu.v7i3.10689.

Narayana, I Gede Wayan, I Komang Budi Mas Aryawan, Albert Fernando, and Yogi Arya Bawana Putra Raspati. "PENGUATAN BRANDING PRODUK DAN OPTIMALISASI PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE PADA UMKM BOKOR DAN KEBEN UKIR FIBER." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6, no. 4 (August 28, 2022): 3088. doi:10.31764/jmm.v6i4.9386.

Padila, Nadia Nur, Tuti Kurnia, Alya Ramandha, and Aditya Nugraha. "Peningkatan Keterampilan UMKM Melalui Branding Produk Dan Pendampingan Legalitas Usaha Di Desa Tajurhalang Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor." *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 1 (April 30, 2024): 42–50. doi:10.30997/almujtamae.v4i1.11677.

Rahmawati, Maretta Ayu, and Gideon Budi Witjaksono. "AT-TARIIZ: Journal Ekonomi Dan Bisnis Islam PERAN LEGALITAS USAHA DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM DI WILAYAH KELURAHAN BONGKARAN)" 3, no. 03 (2024): 184–203. doi:10.62668/attariiz.v3i03.1228.

Siagian, Desi Rahmadani, Romie Jhonnerie, Fadhiilatun Nisaa, Riska Fatmawati, Sari Sirait, and Universitas Riau. "Pendampingan Profesionalisasi UMKM: Peningkatan Branding Dan Perolehan Legalitas Usaha (NIB & P-IRT) Pada Kedai Permai." *Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat, Pekanbaru* 7 (2025): 2025–35. doi:10.31258/unricsce.7.94-102.

Sulistyorini, Etik, Mohammad Zainul Maarif, Nimas Ratnasari, and Institut Teknologi Sains dan Kesehatan Sugeng Hartono. "Peningkatan Branding Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Pemenuhan Legalitas Standar Keamanan Pangan Dan Sertifikasi Halal Produk," n.d. https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma.

Ulva D, Nourma K, M Fathur Rizki, and Siti Ulfa Nuraini. *PENDAMPINGAN PEMBUATAN NIB Dan LOGO KEMASAN SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI PENGEMBANGAN UMKM*, n.d.

Untung Usada, Korespondensi, Anas Khatori, Untung Usada, Isna Maulita Rahma, Erlangga Abiartha Nugraha, Riyan Kristanto, Ahcmad Ramadhani Firmansyah, Syahrun Nabila, Alim Rahmatullah, and Rizky Dwi Firmansyah. "Legalisasi Usaha Mikro: Pelatihan Dan NIB, P-IRT, Dan Sertifikasi Bagi UMKM Berbasis Digital Online Submission." *NCER* 4, no. 1 (2026): 37–42. https://journal.unusida.ac.id/index.php/ncer/.

Wicaksana, Abimansyah Hery Wira, Endah Mulyani, Andi Rahmad Rahim, Widiharti Widiharti, and Sukaris Sukaris. "SOSIALISASI PENJELASAN NOMOR INDUK BERUSAHA, DAN SERTIFIKASI HALAL UNTUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KELURAHAN SIDOKUMPUL, GRESIK." *DedikasiMU : Journal of Community Service* 6, no. 1 (March 5, 2024): 74. doi:10.30587/dedikasimu.v6i1.7493.

Widya Ardhyani, Ika, Mohammad Ilham Awalus Syahidin, Berlian Putri Ayu Kusumaningrum, Nuril Arifah, Fadhilah Kurniawan, and Universitas Maarif Hasyim Latif. "PERAN NIB DAN BRANDING MARKETING DALAM MENINGKATKAN POTENSI UMKM MINUMAN TRADISONAL DI DESA KEMUNING SIDOARJO," n.d.