

Pendampingan Profesionalisasi UMKM: Peningkatan Branding dan Perolehan Legalitas Usaha (NIB & P-IRT) pada Kedai Permai

Desi Rahmadani Siagian*, Romie Jhonnerie, Fadhiilatun Nisaa, Riska Fatmawati, Putriana Sari Sirait, Nur Asiah

Universitas Riau

* desirahmadani@lecturer.unri.ac.id

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering menghadapi tantangan fundamental dalam hal profesionalisme usaha, terutama terkait branding produk yang belum optimal dan ketiadaan legalitas formal. Kondisi ini secara signifikan menghambat daya saing dan akses UMKM untuk berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mendampingi UMKM Kedai Permai di Kampung Kayu Ara Permai dalam upaya profesionalisasi usaha melalui dua intervensi strategis: perbaikan desain label produk dan fasilitasi pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) serta Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT). Metode yang digunakan adalah pendampingan partisipatif, yang melibatkan kolaborasi aktif dengan pemilik usaha mulai dari tahap perancangan konsep, fasilitasi teknis, hingga terbitnya dokumen legalitas. Hasil dari kegiatan ini adalah terciptanya desain label baru yang lebih informatif dan menarik secara visual untuk produk dodol dan sirup mangrove, serta keberhasilan UMKM Kedai Permai dalam memperoleh NIB dan P-IRT. Capaian ini merupakan langkah strategis yang tidak hanya meningkatkan identitas merek dan kepercayaan konsumen, tetapi juga membuka akses pasar yang lebih luas dan menjadi fondasi untuk pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah); Branding; Legalitas (NIB & P-IRT); Pendampingan Partisipatif; Pertumbuhan Usaha Berkelanjutan.

Abstract. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) often face fundamental challenges in business professionalism, particularly related to suboptimal product branding and the absence of formal legality. These conditions significantly hinder the competitiveness and market access of MSMEs in an increasingly competitive environment. This community service activity aims to assist Kedai Permai MSME in Kampung Kayu Ara Permai in professionalizing its business through two strategic interventions: improving product label design and facilitating the issuance of a Business Identification Number (NIB) as well as a Home Industry Food Production Certificate (P-IRT). The method used is participatory mentoring, involving active collaboration with the business owner from the conceptual design stage, technical facilitation, up to the issuance of legal documents. The outcomes of this activity include the creation of a new label design that is more informative and visually appealing for mangrove dodol and syrup products, as well as the successful acquisition of NIB and P-IRT by Kedai Permai MSME. These achievements represent a strategic step that not only enhances brand identity and consumer trust but also expands market access and establishes a solid foundation for sustainable business growth.

Keywords: MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises); Branding; Legalization (NIB & P-IRT); Participatory Mentoring; Sustainable Business Growth

To cite this article: Siagian, D. R., Jhonnerie, R., Nisaa, F., et al. 2025. Pendampingan Profesionalisasi UMKM: Peningkatan Branding dan Perolehan Legalitas Usaha (NIB & P-IRT) pada Kedai Permai. *Unri Conference Series: Community Engagement 7*: 94-102 <https://doi.org/10.31258/unricsce.7.94-102>

© 2025 Authors

Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2025

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar fundamental perekonomian Indonesia dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyerapan tenaga kerja terbesar (Arshellino dan Iskandar, 2021). UMKM menjadi motor penggerak ekonomi kerakyatan, penjaga stabilitas sosial, sekaligus sumber inovasi di tingkat akar rumput. Namun, di balik kontribusi vital tersebut, UMKM menghadapi tantangan sistemik yang menghambat profesionalisasi dan pertumbuhan. Permasalahan klasik meliputi keterbatasan akses modal karena ketiadaan agunan dan standar keuangan, persaingan ketat dengan industri besar, manajemen usaha tradisional, serta ketergantungan pada pasar lokal yang sempit (LKPN, 2025). Faktor-faktor ini kerap menjerat UMKM dalam stagnasi, berfokus pada keberlangsungan harian alih-alih ekspansi jangka panjang.

Dalam persaingan pasar yang jenuh, branding melalui kemasan dan label produk menjadi faktor penentu (Muljani *et al.* 2020). Kemasan bukan lagi sekadar wadah, melainkan alat komunikasi pemasaran utama yang berfungsi sebagai “penjual senyap” untuk menyampaikan identitas, nilai, dan kualitas produk (Ningrat *et al.* 2024). Desain kemasan yang efektif memiliki fungsi protektif sekaligus komunikatif. Elemen visual seperti warna, tipografi, dan logo membangun identitas merek, sementara informasi akurat seperti komposisi dan legalitas menumbuhkan kepercayaan konsumen. Penelitian membuktikan bahwa desain kemasan menarik dapat memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan dan membedakan produk dari kompetitor (Wulandari *et al.* 2025).

Produk UMKM Kedai Permai, yakni dodol dan sirup mangrove, masih mencerminkan kelemahan yang umum ditemui pada banyak UMKM: label sederhana, minim informasi, dan kurang daya tarik visual. Ketiadaan identitas visual yang profesional membuat produk sulit bersaing dan gagal mengkomunikasikan kualitas bahan baku lokal. Oleh karena itu, perbaikan desain label menjadi fokus utama program pendampingan, guna meningkatkan nilai jual dan daya saing di pasar.

Selain branding, tantangan fundamental lain adalah status informalitas usaha (Rusjana *et al.* 2023). Mayoritas UMKM beroperasi tanpa legalitas formal, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT). Kondisi ini memang memberi fleksibilitas pada tahap awal, tetapi dalam jangka panjang justru membatasi akses modal, distribusi modern, serta berbagai program dukungan pemerintah (Puspitasari dan Widodo, 2023). Tanpa legalitas, UMKM sulit memperoleh Kredit Usaha Rakyat (KUR), masuk ke minimarket atau *e-commerce* terkurasi, bahkan rentan terhadap risiko hukum (Musyadad *et al.* 2023). Dengan demikian, formalisasi usaha bukan sekadar kewajiban administratif, melainkan langkah strategis untuk membangun fondasi pertumbuhan yang stabil.

UMKM Kedai Permai memiliki keunikan karena mengolah buah mangrove menjadi produk bernilai tambah seperti dodol dan sirup (Wulandari *et al.* 2025). Namun, kelemahan pada aspek kemasan dan legalitas membatasi kemampuannya menjangkau pasar lebih luas. Program pendampingan ini dirancang untuk menjawab kebutuhan tersebut dengan dua tujuan spesifik: pertama, merancang ulang desain label agar lebih profesional, informatif, dan menarik secara visual; kedua, mendampingi proses pengurusan NIB dan P-IRT sebagai legalitas formal yang esensial bagi keberlangsungan usaha.

Kedua intervensi ini saling melengkapi sebagai paket profesionalisasi usaha. Branding melalui label baru akan meningkatkan daya tarik konsumen, sementara legalitas membuka akses ke pasar modern. Tanpa izin edar, kemasan menarik tidak optimal; sebaliknya, tanpa kemasan representatif, produk berisiko kalah bersaing meski sudah legal. Oleh karena itu, kombinasi antara penguatan identitas visual dan pemenuhan legalitas menciptakan momentum strategis yang memungkinkan UMKM Kedai Permai tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh secara kompetitif dan berkelanjutan.

2. METODE PENERAPAN

2.1. Pendekatan, Lokasi, dan Sasaran

Metodologi yang diimplementasikan dalam kegiatan pengabdian ini adalah **pendampingan partisipatif** (*participatory mentoring*) (Antoni dan Karlin, 2024). Pendekatan ini dipilih secara sadar karena terbukti lebih efektif dibandingkan dengan model penyuluhan satu arah konvensional. Pendampingan partisipatif menekankan pada proses kolaborasi, dialog, dan pembelajaran bersama antara tim pengabdian dan pelaku UMKM. Alih-alih memposisikan tim sebagai ahli yang mentransfer pengetahuan secara *top-down*, pendekatan ini membangun hubungan kemitraan dimana solusi dirancang dan diimplementasikan secara bersama-sama. Hal ini memastikan bahwa hasil akhir, baik berupa desain label maupun pemahaman tentang proses legalitas, benar-benar sesuai dengan kebutuhan, kapasitas, dan visi pemilik usaha, sehingga menumbuhkan rasa kepemilikan (*ownership*) yang kuat dan menjamin keberlanjutan pasca-program.

Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan pada bulan Juli-September 2025. Lokasi utama kegiatan adalah Rumah Produksi Kedai Permai, yang memungkinkan observasi dan diskusi langsung dalam konteks operasional sehari-hari UMKM. Beberapa sesi koordinasi dan penyuluhan awal juga dilaksanakan di Aula Mangrove Sungai Bersejarah (MSB), yang merupakan pusat kegiatan komunitas di Kampung Kayu Ara Permai. Sasaran tunggal dan terfokus dari program pendampingan ini adalah pemilik beserta anggota dari UMKM Kedai Permai, untuk memastikan intervensi yang mendalam dan personal.

Pemilihan metode ini merupakan respons strategis terhadap tantangan yang sering kali bersifat non-teknis dalam pemberdayaan UMKM. Kendala yang dihadapi, seperti kurangnya pemahaman awal pemilik usaha mengenai prosedur legalitas, keraguan akan manfaat jangka panjang dari formalisasi, serta kesulitan dalam mengoperasikan *platform digital* adalah cerminan dari adanya kesenjangan pengetahuan dan psikologis. Masalah-masalah ini tidak dapat diselesaikan hanya dengan memberikan brosur atau mengadakan seminar singkat. Metode pendampingan yang intensif dan personal memungkinkan tim untuk membangun kepercayaan, memberikan penjelasan secara berulang dan sabar, memandu langkah demi langkah melalui proses yang dianggap rumit, dan secara langsung menunjukkan manfaat dari setiap tahapan. Dengan demikian, metodologi ini berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan UMKM dengan ekosistem bisnis formal, mengatasi tidak hanya hambatan teknis tetapi juga hambatan mental dan informasional.

2.2. Proses Pendampingan Desain Label Produk

Proses pendampingan untuk peningkatan *branding* melalui desain label dilaksanakan secara terstruktur dalam tiga tahapan utama, memastikan hasil yang optimal dan sesuai dengan aspirasi pemilik usaha.

- Tahap 1: Perancangan (Konsultasi dan Penyusunan Konsep Desain)

Tahap awal ini merupakan fondasi dari keseluruhan proses desain. Tim pengabdian melakukan sesi diskusi mendalam dengan pemilik UMKM Kedai Permai. Fokus diskusi adalah untuk menggali esensi merek dan menerjemahkannya ke dalam elemen desain. Topik yang dibahas meliputi penentuan ukuran label yang proporsional dengan kemasan produk (botol sirup dan wadah dodol), pemilihan palet warna yang dapat merepresentasikan bahan baku utama yaitu mangrove (misalnya, nuansa hijau, coklat, dan warna-warna alam), serta penentuan hierarki informasi yang akan dicantumkan. Informasi krusial seperti nama merek "Kedai Permai", jenis produk, komposisi bahan, berat bersih, serta ruang untuk nomor P-IRT dan logo Halal di masa depan, direncanakan penempatannya secara strategis. Tahap ini memastikan bahwa desain yang akan dibuat tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dan komunikatif.

- Tahap 2: Desain (Eksekusi Kreatif)

Berdasarkan konsep yang telah disepakati pada tahap perancangan, tim pengabdian melanjutkan ke tahap eksekusi kreatif. Proses desain dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi desain grafis berbasis web, *Canva Pro*. Pemilihan alat ini bersifat strategis, karena Canva menawarkan antarmuka yang ramah pengguna dan aksesibilitas tinggi, sehingga berpotensi untuk dapat dipelajari dan digunakan secara mandiri oleh pelaku UMKM di kemudian hari. Pada tahap ini, tim menerjemahkan konsep ke dalam beberapa alternatif visual, mengeksplorasi berbagai kombinasi tipografi, ikon, dan tata letak untuk menghasilkan desain label yang terlihat profesional dan mampu menarik perhatian konsumen.

- Tahap 3: Finalisasi (Umpan Balik Iteratif dan Persetujuan)

Setelah draft desain awal selesai, tim kembali bertemu dengan pemilik usaha untuk sesi presentasi dan umpan balik. Beberapa alternatif desain disajikan untuk memberikan pilihan dan memancing diskusi lebih lanjut. Proses ini bersifat iteratif, dimana masukan dan preferensi dari pemilik usaha diintegrasikan ke dalam revisi desain. Diskusi mencakup kesesuaian elemen visual dengan citra produk yang ingin dibangun dan keterbacaan informasi. Proses ini diulang hingga tercapai satu desain final yang disetujui sepenuhnya oleh pemilik UMKM. Pendekatan kolaboratif ini memastikan bahwa desain akhir tidak hanya memenuhi standar profesional, tetapi juga selaras dengan identitas dan kebanggaan pemilik usaha terhadap produknya.

2.3. Proses Fasilitasi Legalitas Usaha

Serupa dengan proses desain, pendampingan untuk perolehan legalitas usaha juga dilakukan melalui tahapan yang sistematis untuk memastikan kelancaran dan keberhasilan proses, mengatasi kebingungan dan hambatan birokrasi yang sering dihadapi UMKM.

- Tahap 1: Survei dan Identifikasi Kebutuhan (Penilaian Awal)

Langkah pertama adalah melakukan survei langsung ke lokasi UMKM Kedai Permai. Tujuan dari tahap ini adalah untuk melakukan asesmen awal, yaitu memahami status legalitas usaha saat ini (yang pada kasus ini belum ada sama sekali), mengidentifikasi tingkat pemahaman pemilik mengenai pentingnya NIB dan P-IRT, serta mendiagnosis secara spesifik kendala atau kekhawatiran yang mungkin dimiliki. Melalui wawancara dan dialog, tim dapat memetakan kesenjangan pengetahuan dan merancang pendekatan edukasi yang paling tepat.

- Tahap 2: Edukasi dan Persiapan Administrasi (Pemberian Pemahaman dan Pengumpulan Dokumen)

Berdasarkan hasil asesmen, tim memberikan edukasi yang terfokus mengenai manfaat strategis dari kepemilikan NIB dan P-IRT. Manfaat seperti akses permodalan, perluasan pasar, dan perlindungan hukum dijelaskan dengan bahasa yang sederhana dan relevan dengan konteks usaha Kedai Permai. Setelah pemahaman terbentuk dan pemilik usaha setuju untuk melanjutkan, tim memberikan panduan praktis dalam mengumpulkan dan menyiapkan seluruh dokumen administrasi yang diperlukan. Persyaratan seperti salinan Kartu Tanda Penduduk (KTP) pemilik, data detail usaha, dan informasi produk dikumpulkan dan diperiksa kelengkapannya untuk menghindari penolakan atau penundaan pada saat pengajuan.

- Tahap 3: Pendampingan Pengurusan (Fasilitasi Proses Pendaftaran)

Ini adalah tahap implementasi dimana tim secara aktif mendampingi pemilik usaha dalam menavigasi proses pendaftaran. Untuk pengurusan NIB, pendampingan difokuskan pada penggunaan sistem Online Single Submission (OSS), sebuah platform digital yang mungkin terasa asing bagi pelaku UMKM. Tim membantu dalam pembuatan akun, pengisian formulir secara daring, hingga NIB berhasil diterbitkan. Untuk pengurusan P-IRT, prosesnya melibatkan koordinasi dengan Dinas Kesehatan setempat. Tim membantu dalam pengisian formulir aplikasi, memastikan semua persyaratan terpenuhi, dan bertindak sebagai penghubung untuk memfasilitasi komunikasi dengan instansi terkait. Kehadiran dan bantuan aktif dari tim pada tahap ini sangat krusial untuk mengatasi hambatan birokrasi dan teknis, memastikan proses berjalan efisien hingga kedua dokumen legalitas berhasil diperoleh.

3. HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

3.1. Transformasi Branding: Dari Polos Menjadi Profesional

Capaian utama dari intervensi pertama adalah terwujudnya transformasi identitas visual produk UMKM Kedai Permai. Hasil konkret dari kegiatan ini adalah sebuah desain label baru yang profesional dan komunikatif untuk produk dodol dan sirup mangrove (Gambar 1). Perubahan ini lebih dari sekadar perbaikan estetika; ini adalah sebuah langkah strategis untuk meningkatkan persepsi nilai dan daya saing produk di pasar.



Gambar 1. Desain Label Produk

Analisis terhadap desain label baru menunjukkan adanya penerapan prinsip-prinsip *branding* yang efektif. Dari sisi **elemen visual**, pemilihan warna, logo, dan tipografi dilakukan secara cermat untuk membangun identitas

merek yang kuat. Penggunaan palet warna yang terinspirasi dari alam, seperti hijau dan coklat, secara implisit mengomunikasikan asal-usul produk yang alami dari ekosistem mangrove, yang membedakannya dari produk sejenis (Arshellino dan Iskandar, 2021). Logo yang dirancang secara profesional memberikan citra yang lebih kredibel dan mudah diingat oleh konsumen (Gambar 2). Dari sisi **elemen komunikasi**, label baru ini dirancang untuk menjadi sumber informasi yang lengkap dan terpercaya. Informasi penting seperti nama produk, komposisi bahan, berat bersih, dan yang terpenting, pencantuman nomor P-IRT yang telah diperoleh, disajikan dengan tata letak yang jelas dan mudah dibaca. Kehadiran informasi ini secara langsung berfungsi untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk, sebuah faktor yang sangat memengaruhi keputusan pembelian, terutama untuk produk makanan (Muljani *et al.*, 2020).

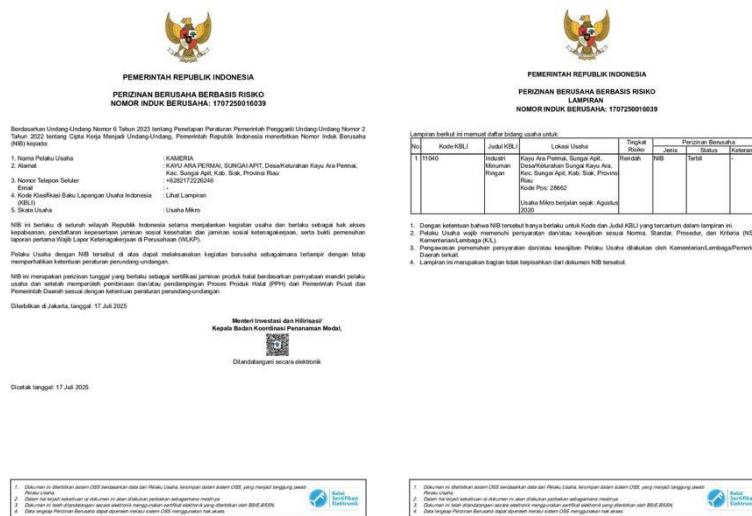


Gambar 2. Proses Pendampingan Transformasi *Branding*

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim menghadapi tantangan berupa keterbatasan jaringan internet yang tidak stabil di lokasi. Kendala ini bukan sekadar gangguan teknis minor, melainkan sebuah cerminan dari masalah yang lebih besar, yaitu kesenjangan digital (*digital divide*) yang masih menjadi hambatan signifikan bagi UMKM di banyak daerah, khususnya di luar pusat perkotaan. Ketergantungan pada alat desain berbasis daring seperti Canva menjadi sulit ketika infrastruktur digital tidak memadai. Kondisi ini menghambat proses kreatif dan memperlambat waktu pengerjaan. Namun, tim berhasil mengatasi tantangan ini dengan solusi yang adaptif, yaitu menyiapkan *template* desain secara luring (*offline*) dan memberikan panduan langkah demi langkah. Pengalaman ini menggarisbawahi sebuah pelajaran penting: program pemberdayaan UMKM di era digital harus dirancang dengan strategi yang fleksibel dan tangguh, yang mampu beradaptasi dengan realitas keterbatasan infrastruktur di lapangan. Keberhasilan proyek ini, terlepas dari kendala tersebut, menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, hambatan teknologi dapat diatasi.

3.2. Terwujudnya Legalitas Formal dan Implikasi Strategisnya

Capaian fundamental kedua dari program pendampingan ini adalah keberhasilan UMKM Kedai Permai dalam memperoleh dua dokumen legalitas usaha yang krusial: Nomor Induk Berusaha (NIB) (Gambar 3) dan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) (Gambar 4), yang dibuktikan dengan terbitnya sertifikat resmi. Perolehan dokumen-dokumen ini menandai transisi UMKM Kedai Permai dari sektor informal ke formal, sebuah langkah yang membuka akses ke berbagai peluang strategis untuk pertumbuhan.



Gambar 3. NIB Kedai Permai

Signifikansi kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) sangatlah luas. Pertama, NIB berfungsi sebagai identitas tunggal dan resmi bagi usaha, yang memberikan kepastian dan perlindungan hukum (Setiyawati *et al.* 2023). Dengan NIB, eksistensi UMKM Kedai Permai diakui oleh negara, meningkatkan kredibilitasnya di mata mitra bisnis, pemasok, dan lembaga keuangan. Kedua, NIB adalah kunci pembuka akses ke sumber permodalan formal. Dokumen ini merupakan syarat wajib bagi UMKM yang ingin mengajukan pinjaman modal, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), yang sangat vital untuk membiayai peningkatan skala produksi atau pembelian peralatan baru (Puspitasari dan Widodo, 2023). Ketiga, NIB juga berfungsi sebagai izin dasar yang menjadi prasyarat untuk mengurus perizinan lanjutan lainnya, seperti sertifikasi Halal, yang akan semakin memperluas jangkauan pasar produk di masa depan (Hidayat *et al.* 2024).

Sementara itu, signifikansi perolehan Sertifikat P-IRT memiliki dampak langsung pada aspek keamanan produk dan akses pasar. P-IRT adalah jaminan resmi dari Dinas Kesehatan bahwa produk pangan yang dihasilkan telah memenuhi standar keamanan dan higiene minimum, sehingga layak untuk diedarkan (Yohanas & Hadi, 2023). Bagi konsumen, nomor P-IRT yang tercantum pada kemasan adalah sinyal kuat akan keamanan dan kualitas produk, yang secara drastis meningkatkan kepercayaan dan minat beli (Fahira & Yasin, 2024). Lebih penting lagi, P-IRT adalah "tiket masuk" yang mutlak diperlukan untuk menembus saluran pasar modern. Tanpa P-IRT, produk Kedai Permai akan selamanya terbatas pada penjualan langsung atau pasar tradisional. Dengan kepemilikan P-IRT, produk pangan UMKM memperoleh akses ke saluran distribusi modern, seperti supermarket, minimarket, pusat oleh-oleh, hingga platform e-commerce terkurasi. Akses ini secara langsung memperluas peluang pasar, meningkatkan potensi volume penjualan, serta memperluas jangkauan geografis produk secara eksponensial (Mamonto *et al.* 2024).



Gambar 4. P-IRT Kedai Permai

Tantangan yang dihadapi selama proses ini, yaitu adanya keraguan dan pemahaman yang kurang dari pemilik usaha pada tahap awal, mencerminkan fenomena umum di kalangan usaha mikro. Sikap ini sering kali bukan berasal dari penolakan, melainkan dari kurangnya informasi yang akurat, kekhawatiran terhadap proses birokrasi yang rumit, atau persepsi bahwa legalitas akan mendatangkan beban baru seperti pajak (Putri & Nugroho, 2024). Keberhasilan tim dalam mengatasi hambatan ini melalui pendekatan edukatif dan pendampingan personal menegaskan betapa pentingnya peran fasilitator dalam menjembatani kesenjangan informasi antara kebijakan pemerintah dan pelaku usaha di tingkat akar rumput.

Keberhasilan proyek ini dapat dilihat sebagai sebuah studi kasus implementasi kebijakan nasional di "mil terakhir" (*last mile*). Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai inisiatif untuk menyederhanakan perizinan usaha melalui platform digital seperti *Online Single Submission* (OSS) dan secara aktif mendorong formalisasi UMKM (Musyadad *et al.* 2023). Namun, keberadaan platform dan kebijakan makro ini sering kali tidak serta-merta diadopsi oleh pelaku usaha mikro seperti Kedai Permai. Terdapat sebuah jurang yang memisahkan antara ketersediaan sistem di tingkat nasional dan kapasitas adopsi di tingkat individu, yang disebabkan oleh faktor-faktor seperti keterbatasan akses digital, literasi birokrasi yang rendah, dan hambatan psikologis (Cahyadi *et al.* 2023). Peran tim pengabdian dalam konteks ini menjadi sangat vital. Tim tidak menciptakan sistem baru, melainkan bertindak sebagai "jembatan manusia" yang menghubungkan UMKM dengan sistem nasional yang sudah ada. Mereka menyediakan akses teknis, bimbingan prosedural, dan yang terpenting, membangun kepercayaan yang diperlukan untuk mendorong UMKM melintasi jembatan tersebut. Dengan demikian, keberhasilan pendampingan ini memberikan validasi bahwa efektivitas kebijakan nasional sangat bergantung pada adanya fasilitator di lapangan yang mampu memberikan dukungan kontekstual dan personal untuk mengatasi hambatan di tingkat akar rumput. Ini adalah model implementasi kebijakan yang efektif, bukan sekadar program dukungan UMKM biasa.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan profesionalisasi yang dilakukan terhadap UMKM Kedai Permai telah menunjukkan hasil yang signifikan dan memberikan wawasan berharga mengenai model intervensi yang efektif untuk pemberdayaan UMKM. Dapat disimpulkan bahwa pendekatan terintegrasi yang menggabungkan dua pilar utama—penguatan daya tarik eksternal melalui *branding* dan perbaikan fondasi internal melalui legalitas usaha—terbukti sangat efektif dalam mengakselerasi proses profesionalisasi dan meningkatkan daya saing usaha. Transformasi label produk dari yang sederhana menjadi informatif dan menarik secara visual, serta keberhasilan memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT), bukanlah capaian administratif semata. Keduanya merupakan investasi strategis yang secara sinergis membuka jalan bagi UMKM untuk naik kelas.

Peningkatan *branding* secara langsung meningkatkan persepsi nilai dan kepercayaan di mata konsumen, sementara perolehan legalitas formal membuka akses krusial ke pasar modern dan lembaga pembiayaan formal. Kombinasi keduanya menciptakan sebuah siklus positif yang mendorong pertumbuhan berkelanjutan. Lebih lanjut, keberhasilan program ini sangat ditopang oleh metodologi pendampingan partisipatif. Pendekatan ini terbukti

mampu mengatasi hambatan non-teknis yang sering kali menjadi akar masalah, seperti kurangnya pemahaman, keraguan, dan keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku usaha mikro. Dengan membangun kepercayaan dan bekerja secara kolaboratif, model pendampingan ini memastikan bahwa solusi yang dihasilkan tidak hanya tepat sasaran tetapi juga berkelanjutan. Oleh karena itu, model intervensi dua pilar yang diimplementasikan melalui pendampingan partisipatif ini direkomendasikan sebagai praktik terbaik yang dapat direplikasi dan diskalakan oleh berbagai pihak, termasuk institusi pendidikan tinggi, lembaga pemerintah, dan organisasi pembangunan masyarakat, dalam upaya kolektif untuk memperkuat ekosistem UMKM di Indonesia.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini didukung secara finansial oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) (Nomor Kontrak: 19656/UN19.5.1.3/AL.04/2025).

6. DAFTAR PUSTAKA

- [LKPN] Lembaga Pengembangan dan Konsultasi Nasional. 2025. Tantangan dan Peluang Bisnis UMKM.
- Antoni A, Karlin K. 2024. Pengembangan model pendampingan pelaku UMKM di Kota Jember berbasis inkubator bisnis untuk meningkatkan daya saing di era digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (PENGAMAS)*. 1(1): 104-112.
- Arshellino MP, Iskandar TR. 2021. Pembuatan rebranding logo dan *packaging* pada UMKM Kaliren Boss. *ARDVIS : Artistik Riset Desain, komunikasi Visual, Inovasi dan Seni*. 1(2): 9-15.
- Cahyadi LCR, Suryantari EP, Murti AAGK. 2023. Analisis faktor kesiapan digital dalam melakukan adopsi digital pada UMKM (Studi di Kota Denpasar). *Jurnal Akuntansi Profesi*. 14(2): 354–364.
- Fahira KT, Yasin RM. 2022. Peningkatan nilai produk melalui perijinan PIRT, sertifikasi Halal dan digital marketing pada UMKM Sirup Parijoto. *Jurnal SEMAR*. 11(2): 173-180.
- Febrian F, Putri CU, Virgi DB, Maulidina F, Yuliana NB, Juliandry MR. 2024. Branding dan pengemasan produk sebagai upaya meningkatkan daya tarik pada umkm kerupuk di Desa. *Sadeli: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Winaya Mukti*. 4(2): 31-35.
- Hidayat AI, Putri EY, Atmaja BR, Oktaviany E, Aenuliya A. 2024. Analisis peran Nomor Induk Berusaha (NIB) terhadap legitimasi pendirian dan prasyarat pendaftaran sertifikasi halal produk UMKM di Dinas Koperasi. *Al Itmamiy: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 6(1): 66-80.
- Mamonto R, Abdul EM, Gani R. 2024. Pengaruh kemasan, label halal dan label P-IRT terhadap keputusan pembelian konsumen. *JEMAI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*. 3(1): 1–15.
- Muljani N, Arini, Suhartatik A, Lindawati T, Nagel PJ. 2020. Pentingnya merek dan kemasan untuk meningkatkan daya saing produk dari usaha mikro dan kecil. *Jurnal Abdimas PeKA*. 3(2): 53-63.
- Musyadad VF, Hidayat T, Haryati S. 2023. Penguatan legalitas usaha pelaku UMKM melalui pendampingan dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) di Desa Duren. *Jurnal Bakti Teknik (JBT)*. 2(2): 45–53.
- Ningrat RW, Rabika JC, Bagas AR, Muzaqi, Kuntari W. 2024. Desain Kemasan Online: Solusi Kreatif dan Terjangkau untuk UMKM melalui Brand PackDe. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*. 3(4): 156-170.
- Puspitasari AH, Widodo C. 2023. Peranan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai legalitas usaha bagi pertumbuhan bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwanti. *Jurnal Mengabdikan Untuk Negeri*. 2(4): 180–188.
- Putri A, Nugroho R. 2024. Tax compliance in Indonesian MSMEs: Key factors explored. *Journal of Taxation and Business Policy*. 6(1): 101–118.
- Rusjana M, Rahman A, Pratama F, Hidayat R. 2023. Transformasi UMKM dari informal ke formal: Sosialisasi dan pendampingan NIB berbasis pendekatan partisipatif di Desa Bakauheni. *Jurnal Ikaritas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2(1): 27–34.

- Setiyawati AD, Indriyanti ASN, Qurratu'aini NI. 2023. Legalitas usaha mikro melalui kegiatan sosialisasi dan bimbingan teknis pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) pada Kedai Peningkatan Shadiss. *Jurnal Pengabdian Insan Mulia*. 2(2): 66–72.
- Wulandari C , Sholihah Z, Failany MA , Imamsyah MA, Utomo FN, Tamyiz M. 2025. Pendampingan pembuatan kemasan sebagai alat branding: menciptakan identitas produk yang kuat. *Madiun Spoor: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 5(1): 56-63.
- Yohanas R, Hadi A. 2023. Pendampingan Pengurusan Izin PIRT Sebagai Langkah Pengembangan UMKM Desa Cendoro. *Journal of Community Engagement in Economics*. 1(1): 29-40.