

# Pemberdayaan Umkm Desa Melalui Pelatihan Legalitas Usaha Dan Desain *Branding* Di Desa Merangin Kabupaten Kampar

Ihham Radhifa\*, Rinda Elni Septari, Verdhitia Ikhsan Pratama, Aulia Rahma, Afifah Cahyani, Risni Ramadhani, Revaliza Syahinda, Mhd Farhan, Iqbal Ardiansyah Purba, Encik Rania Olivia, Nadhila Irawan, Princess Marche, Riska Febrianda, Egi Chandra, Nurmaizar, Bastian Felix Hutagaol, Nadya Asti Nurmayzana, Frini Karina Andini

Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

\*[Ihham.radhifa3599@student.unri.ac.id](mailto:Ihham.radhifa3599@student.unri.ac.id)

**Abstrak** Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian lokal, namun masih menghadapi berbagai kendala, seperti minimnya legalitas usaha dan lemahnya branding produk. Di Desa Merangin, Kabupaten Kampar, mayoritas pelaku UMKM menjalankan usaha secara informal tanpa Nomor Induk Berusaha (NIB), pencatatan keuangan yang belum sistematis, serta kemasan produk yang kurang menarik. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas UMKM melalui pelatihan dan pendampingan intensif yang mencakup legalitas usaha, manajemen sederhana, dan desain branding. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi teoritis, simulasi praktik langsung, dan kolaborasi antara dosen dan mahasiswa Kukerta dalam mendampingi peserta secara personal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami dan mendaftarkan NIB melalui platform OSS, menyusun Business Model Canvas (BMC), menghitung harga pokok produksi (HPP), serta melakukan pencatatan keuangan sederhana. Selain itu, peserta juga berhasil merancang logo dan desain kemasan produk yang lebih menarik menggunakan aplikasi desain daring. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan kolaboratif dan praktis sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan UMKM desa, sehingga mereka dapat lebih siap bersaing di pasar yang lebih luas dan legal secara formal.

**Kata kunci:** branding ; legalitas usaha; pemberdayaan; UMKM

**Abstract.** Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in villages have great potential to support the local economy, but they still face various challenges, such as the lack of business legality and weak product branding. In Merangin Village, Kampar Regency, most MSME actors run their businesses informally without a Business Identification Number (NIB), have unsystematic financial records, and use unattractive product packaging. This activity aims to strengthen the capacity of MSMEs through intensive training and mentoring that covers business legality, basic management, and branding design. The methods used include theoretical material delivery, practical simulations, and collaboration between lecturers and Kukerta students in providing personal assistance to participants. The results show that participants were able to understand and register for NIBs through the OSS platform, prepare a Business Model Canvas (BMC), calculate the cost of production (HPP), and conduct simple financial recording. In addition, participants also succeeded in designing product logos and packaging that are more appealing by utilizing online design applications. This activity proves that a collaborative and practical approach is highly effective in improving the knowledge and skills of village MSMEs, enabling them to be better prepared to compete in broader markets and operate with formal legality.

**Keywords:** branding; business legality; empowerment; MSMEs.

---

*To cite this article:* Radhifa, I., Septari, R. E., Pratama, V. I., Rahma, A., et al. 2025. Pemberdayaan Umkm Desa Melalui Pelatihan Legalitas Usaha Dan Desain Branding Di Desa Merangin Kabupaten Kampar. *Unri Conference Series: Community Engagement* 7: 246-255 <https://doi.org/10.31258/unricsce.7.246-255>

© 2025 Authors

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

---

## PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat, khususnya melalui sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam membangun perekonomian yang kuat dan berkelanjutan, terutama di tingkat desa (Putra, 2016). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menyerap tenaga kerja, mengurangi angka kemiskinan, serta mendorong pemerataan ekonomi di berbagai wilayah. Namun, di banyak desa, UMKM seringkali menghadapi tantangan signifikan yang menghambat perkembangannya (Rokhmah & Yahya, 2020). Permasalahan utama yang sering terjadi adalah kurangnya pemahaman tentang pentingnya legalitas usaha dan daya saing produk yang rendah akibat *branding* yang tidak menarik. Tanpa legalitas yang jelas, UMKM sulit mengakses permodalan dari lembaga formal dan menghadapi risiko hukum, sementara *branding* yang lemah membuat produk mereka sulit bersaing dengan produk dari luar desa (Soimah *et al.*, 2023).

Penelitian dan pengabdian masyarakat terdahulu telah banyak membahas pentingnya legalitas dan *branding* bagi UMKM. Berdasarkan penelitian oleh (Yuniar *et al.*, 2020) menyatakan bahwa pelatihan legalitas usaha seperti pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) terbukti meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dan membuka peluang mereka ke pasar yang lebih luas serta pembiayaan yang lebih mudah. Studi lain dari (Zaman *et al.*, 2024) menyatakan bahwa dengan pemahaman yang lebih baik tentang legalitas, UMKM dapat mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan hukum, mengurangi resiko, dan menciptakan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan bisnis mereka. Studi lain juga menunjukkan bahwa desain *branding* yang efektif, meliputi logo, kemasan, dan strategi pemasaran digital, secara signifikan meningkatkan nilai jual produk, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan loyalitas pelanggan (Riyanto, 2024). Keberhasilan program serupa di berbagai daerah memperkuat pernyataan bahwa intervensi di dua hal ini sangat krusial. Namun, belum banyak intervensi yang secara terpadu menggabungkan pelatihan legalitas dan desain *branding* untuk UMKM di wilayah spesifik seperti Desa Merangin, Kabupaten Kampar. Desa Merangin memiliki potensi ekonomi lokal yang besar, khususnya UMKM olahan pangan seperti kerupuk lomang. Desa ini kaya akan sumber daya alam dengan tanah yang subur sehingga mudah dalam budidaya singkong sebagai bahan utama kerupuk lomang. Selain itu, desa ini memiliki Kelompok Usaha Bersama (KUBE) yang fokus memproduksi kerupuk lomang, menunjukkan adanya semangat wirausaha masyarakat.

Namun, Berdasarkan hasil analisis terhadap kondisi UMKM di Desa Merangin, teridentifikasi bahwa mayoritas pelaku usaha masih menjalankan usahanya secara informal. Kondisi ini membuat mereka mudah terpengaruh terhadap berbagai risiko, mulai dari kesulitan mendapatkan bantuan permodalan, tidak dapat mengikuti tender atau kemitraan dengan perusahaan besar, hingga tidak memiliki perlindungan hukum yang memadai jika terjadi sengketa usaha. Selain itu, produk-produk UMKM lokal meskipun memiliki kualitas yang baik, seringkali dipasarkan tanpa identitas visual yang kuat. Kemasan yang sederhana, logo yang tidak menarik, serta minimnya promosi melalui media sosial menyebabkan produk tersebut tidak mampu menarik perhatian konsumen di luar lingkup desa. Akibatnya, potensi ekonomi yang dimiliki oleh UMKM Desa Merangin tidak dapat dimaksimalkan secara optimal (Padila *et al.*, 2024). Hal ini menghambat pertumbuhan ekonomi desa dan membuat para pelaku UMKM sulit berkembang. Dalam jurnal terkait menegaskan bahwa *branding* produk, seperti desain logo dan kemasan, merupakan strategi penting dalam membedakan produk lokal agar memiliki identitas yang kuat dan mampu bersaing di pasar (Puspita *et al.*, 2024). Legalitas usaha pun menjadi prasyarat penting agar pelaku UMKM dapat memperoleh kepercayaan konsumen dan perlindungan hukum.

Berdasarkan hal tersebut, sebagai mahasiswa yang memiliki bekal ilmu dan nilai-nilai pendidikan, bertanggung jawab untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk nyata melalui pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Merangin memiliki relevansi kuat dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*) nomor 8, yaitu "Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi". Program pendampingan *branding* produk dan legalitas usaha bagi pelaku UMKM merupakan upaya strategis dalam memperkuat sektor ekonomi mikro agar mampu tumbuh secara mandiri dan berdaya saing (Basir *et al.*, 2025). Melalui peningkatan keterampilan dalam pemasaran digital dan pemberian akses terhadap legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), kegiatan ini berkontribusi langsung dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Bersamaan dengan hal itu maka direalisasikan solusi dalam bentuk nyata, yakni pelatihan intensif dan pendampingan berkelanjutan bagi para pelaku UMKM di Desa Merangin untuk mengatasi

hambatan yang ada. Program ini tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga pada praktik langsung, di mana tim pengabdian akan mendampingi pelaku UMKM secara personal dalam proses pengurusan legalitas usaha, *Standar Operating Procedure* (SOP), pengelolaan keuangan hingga tahap akhir. Demikian pula, dalam sesi pelatihan *branding*, perancangan logo, kemasan produk, dan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik produk para pelaku UMKM, sehingga produk-produk lokal UMKM Desa Merangin dapat memiliki nilai jual yang tinggi dan daya saing yang kuat di pasar yang lebih kompetitif.

### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang dalam bentuk pelatihan dengan pendekatan komprehensif, integratif, dan partisipatif, yang memadukan penyampaian materi teoritis dengan praktik langsung dalam waktu yang singkat namun efektif. Seluruh rangkaian kegiatan difokuskan dalam satu hari penuh, guna menyesuaikan dengan ketersediaan waktu peserta UMKM yang umumnya aktif memproduksi setiap harinya. Kegiatan dilaksanakan Minggu, 20 Juli 2025 di Sekretariat Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Desa Merangin, Kecamatan Kuok, Kabupaten Kampar, dengan jumlah peserta sebanyak 15 pelaku UMKM aktif.

Pemilihan peserta dilakukan melalui proses identifikasi awal yang melibatkan perangkat desa, dengan mempertimbangkan beberapa kriteria: belum memiliki legalitas usaha (NIB), belum menerapkan manajemen keuangan sederhana, dan belum memiliki identitas produk berupa logo atau kemasan. Setelah proses seleksi, peserta dikonfirmasi untuk mengikuti kegiatan secara penuh dalam satu hari pelatihan intensif.

Rangkaian kegiatan dibagi ke dalam tiga sesi utama yang saling terintegrasi, yaitu:

1. Legalitas usaha (fokus pada pengurusan NIB dan Sertifikasi Halal)
2. Manajemen usaha sederhana *Business Model Canvas* (BMC), pencatatan keuangan dasar, dan Harga Pokok Penjualan (HPP), dan
3. Desain *branding* produk (logo dan kemasan).

Setiap sesi pelatihan dilaksanakan dengan alur sistematis, terdiri dari:

- a) Pre-test: dilakukan secara singkat sebelum masing-masing sesi dimulai untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta terhadap topik yang akan dibahas.
- b) Penyampaian materi: disampaikan dengan metode interaktif, simulasi, serta praktik langsung dengan bimbingan dari tim Dosen dan pendampingan dari mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KUKERTA).
- c) Post-test: diberikan setelah sesi selesai sebagai alat evaluasi untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta secara spesifik terhadap materi yang baru saja dipelajari.

Sesi pertama dimulai dengan materi mengenai legalitas usaha, di mana peserta diperkenalkan pada pentingnya memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikasi Halal sebagai syarat utama legalitas formal. Setelah pre-test, peserta diarahkan untuk langsung melakukan praktik pendaftaran NIB dan Sertifikasi Halal melalui platform *Online Single Submission* (OSS), dengan pendampingan langsung dari mahasiswa KUKERTA.

Setelah istirahat singkat, kegiatan dilanjutkan dengan sesi kedua yang berfokus pada manajemen usaha, mencakup pemetaan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) serta latihan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan pencatatan keuangan dasar. Materi disampaikan secara interaktif dengan bantuan template visual, dan peserta diarahkan menyusun BMC berdasarkan data usaha mereka. Selanjutnya, peserta belajar menghitung HPP dari produk yang mereka hasilkan serta mencatat arus kas harian menggunakan format buku kas sederhana yang telah disiapkan oleh mahasiswa KUKERTA. Sebagaimana dijelaskan oleh (Wahyono *et al.*, 2022), pencatatan keuangan yang sederhana namun sistematis, seperti buku kas harian dan perhitungan HPP, merupakan fondasi penting bagi UMKM agar dapat menetapkan harga jual dengan lebih rasional dan menghindari kerugian. Hal ini pula yang diterapkan dalam pelatihan UMKM di Desa Merangin.

Sesi terakhir membahas tentang *branding* produk, yang mencakup konsep desain logo, serta pembuatan desain kemasan yang menarik dan informatif. Peserta diperkenalkan aplikasi desain berbasis daring seperti Canva, dan diajarkan cara untuk membuat label kemasan produk oleh pemateri dan dipraktikkan langsung oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KUKERTA). Kegiatan ini diawali dengan pre-test dan ditutup dengan post-test untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi.

Seluruh sesi diiringi oleh pendampingan dari tim fasilitator yang terdiri dari mahasiswa dan dosen. Evaluasi dilakukan secara kualitatif melalui pengamatan terhadap partisipasi peserta, serta kuantitatif melalui analisis hasil pre-test dan post-test tiap sesi. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap intervensi terukur dan memberikan efek pembelajaran langsung bagi pelaku UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Identifikasi UMKM

Berdasarkan data yang diperoleh dari pemilik UMKM ditemukan bahwa saat ini UMKM memproduksi olahan singkong berupa kerupuk yang dikenal dengan nama kerupuk lomang. Kerupuk lomang ini diolah mulai dari singkong yang diparut kemudian mengalami proses pengeringan dan penggorengan hingga diberi bumbu sehingga memiliki cita rasa yang berbeda dari kerupuk lainnya.

Dari penelitian ini ditemukan juga beberapa permasalahan umum yang dialami oleh UMKM. Setelah beberapa tahun beroperasi, ternyata usaha ini masih belum memiliki legalitas yang jelas seperti NIB (Nomor Induk Berusaha) yang diterbitkan oleh *Online Single Submission* (OSS). Hal ini tentu saja berpengaruh terhadap operasional usaha karena bisa menghambat usaha mulai dari perluasan pasar, kurangnya kepercayaan pelanggan, dan sulitnya mengurus beberapa dokumen penunjang yang dibutuhkan

Situasi ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepemilikan NIB tidak hanya memberikan perlindungan hukum, tetapi juga meningkatkan kredibilitas pelaku usaha dan memudahkan mereka dalam ekspansi pasar (Wulandari *et al.*, 2025). Legalitas formal menjadi syarat dasar agar UMKM dapat bersaing secara profesional di era ekonomi digital.

Pemilik UMKM masih melakukan pencatatan keuangan secara sederhana dan masih sering tercampur antara keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga. Hal ini menyulitkan pemilik UMKM untuk mengetahui keuntungan bersih yang didapatkan dari usahanya. Selain itu, pemilik UMKM juga sulit untuk menentukan harga jual produk yang tepat sesuai dengan modal yang dikeluarkan karena tidak ada pencatatan keuangan yang jelas.

Selama usaha berlangsung, kemasan yang digunakan masih sederhana dan seadanya karena desain yang digunakan masih menggunakan kantong polos biasa yang dibeli di warung. Hal ini menjadi masalah tersendiri bagi usaha karena bisa mengurangi minat calon pembeli terhadap produk yang dijual.

### B. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

Untuk meningkatkan kualitas dan kemandirian usaha, tim dosen dan mahasiswa kukerta melaksanakan beberapa kegiatan pelatihan dan pendampingan terhadap pemilik usaha. Pertama, dilakukan pendampingan peserta untuk mendaftarkan NIB usaha yang dikelola melalui OSS.go.id. Peserta dikenalkan dan dipandu langsung untuk membuat NIB usahanya sesuai dengan prosedur pembuatan mulai dari tahap awal hingga akhir. Kemudian dilakukan juga pelatihan simulasi pengisian BMC serta mengenalkan elemen-elemen yang ada pada BMC kepada peserta mulai dari *key partners*, *key activities*, *key resources*, *cost structure*, *value propositions*, *customer relationship*, *revenue stream*, *channel*, dan *customer segments*. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar peserta bisa memvisualisasikan model usaha mereka serta bisa meningkatkan fokus terhadap hal-hal yang ingin dicapai oleh usaha. Tim dosen dan mahasiswa KUKERTA juga mengajarkan peserta untuk menghitung HPP dari produk yang mereka jual serta dilakukannya pendampingan secara langsung untuk membuat pembukuan sederhana dengan format buku kas sederhana yang sudah di sediakan yang bertujuan untuk membantu peserta dalam menentukan harga jual produk yang tepat serta menghindari adanya kerugian karena salah dalam menghitung biaya produksi.



Gambar 1. Mengidentifikasi Business Model Canvas (BMC)

Terakhir, untuk membantu UMKM memperbarui label dan kemasannya, dilakukan pelatihan dengan memperkenalkan aplikasi desain seperti Canva untuk mendesain label kemasan baru yang lebih menarik. Selain diperkenalkan peserta juga diajarkan cara untuk membuat label kemasan produk di dampingi oleh pemateri secara langsung dari awal pembuatan logo hingga logo yang baru selesai. Setelah itu dilakukan forum mini yang menampilkan hasil karya dari masing-masing peserta.



Gambar 2. Logo KUBE

Dari pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan maka didapatkan hasil seperti terdaftarnya NIB UMKM KUBE di OSS.go.id. Selain itu, dampak dari pelatihan dan pendampingan yang dilakukan peserta bisa memahami struktur usaha dengan BMC (*Business Model Canvas*), dan terakhir UMKM juga memiliki label dan kemasan produk yang lebih menarik. Sejalan dengan hasil pengabdian oleh Putri dan Setiawan (2025), pelatihan OSS dan Canva terbukti mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap legalitas dan *branding* secara signifikan. Di Desa Tlekung, UMKM peserta berhasil memperoleh legalitas NIB serta mendesain sendiri label kemasan produk mereka. Hal ini mendukung efektivitas pendekatan serupa yang dilakukan di Desa Merangin.



Gambar 3. Kemasan Produk Terbaru

### C. Dampak Kegiatan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa Kukerta memberikan dampak positif yang nyata terhadap perkembangan usaha UMKM Kelompok Usaha Bersama (KUBE). Melalui pendampingan pendaftaran NIB, UMKM kini memiliki legalitas resmi yang membuka peluang lebih luas untuk berkembang, termasuk kemudahan dalam mengurus dokumen usaha dan memperluas pasar. Pelatihan pengisian BMC membantu pelaku usaha memahami struktur bisnis mereka secara lebih terarah, hal ini sejalan dengan hasil kegiatan pengabdian di Kota Cilegon, yang berhasil membantu 100% UMKM binaannya memperoleh legalitas usaha (NIB), menciptakan materi promosi visual, dan bahkan mengelola website usaha mereka (Suherman *et al.*, 2025). Pendekatan aplikatif dan edukatif berbasis praktik terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan.

Selain itu, peserta juga mendapat pemahaman tentang pencatatan harga pokok produksi (HPP) dan pembukuan sederhana, yang sangat membantu dalam menentukan harga jual yang tepat serta memisahkan keuangan pribadi dan usaha.

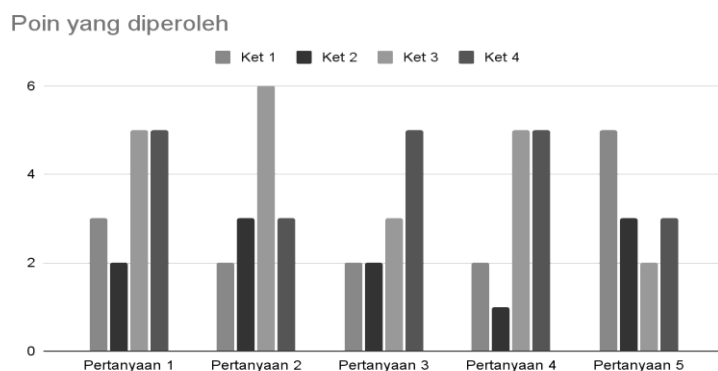
### D. Analisis Pre-test dan Post-test

Untuk mengukur efektivitas pelatihan, dilakukan evaluasi berupa pre-test sebelum pelatihan dan post-test setelah pelatihan pada tiga materi utama yaitu Keuangan Usaha, Legalitas Usaha dan Manajemen Usaha & Business Model Canvas (BMC).

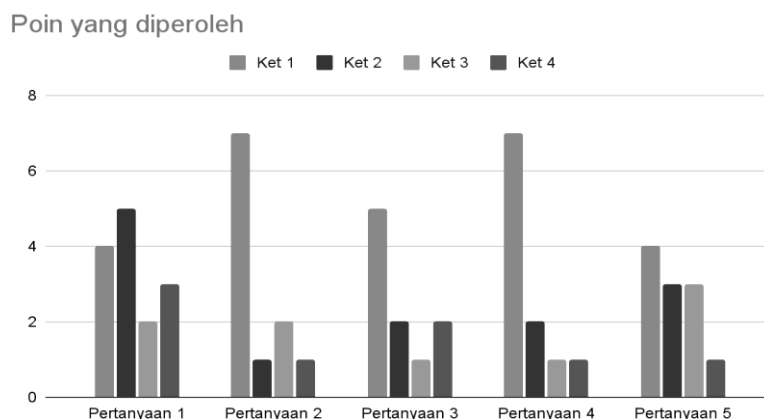
Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan pada pemahaman peserta di ketiga aspek tersebut. Secara umum, peserta yang awalnya berada pada kategori kurang paham meningkat menjadi sudah paham hingga sangat paham, menandakan adanya lompatan pemahaman setelah mengikuti pelatihan.

Peningkatan ini divisualisasikan dalam grafik perbandingan skor pre-test dan post-test. Grafik tersebut memperlihatkan bahwa seluruh aspek yang diuji mengalami kenaikan nilai rata-rata, menegaskan keberhasilan metode pelatihan berbasis praktik yang diterapkan.

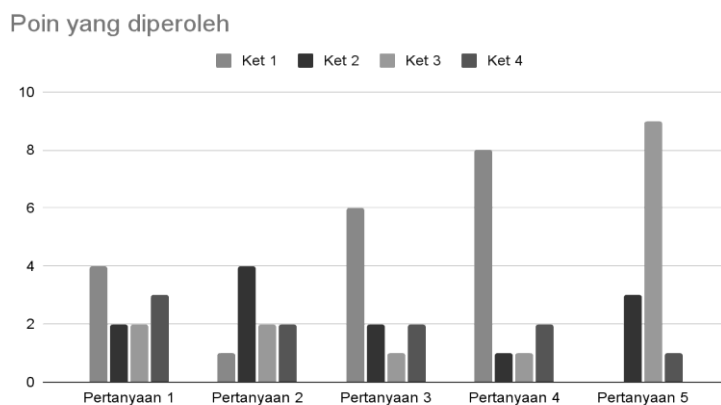
## Pre-Test



Grafik 1. Pre-Test Keuangan Usaha

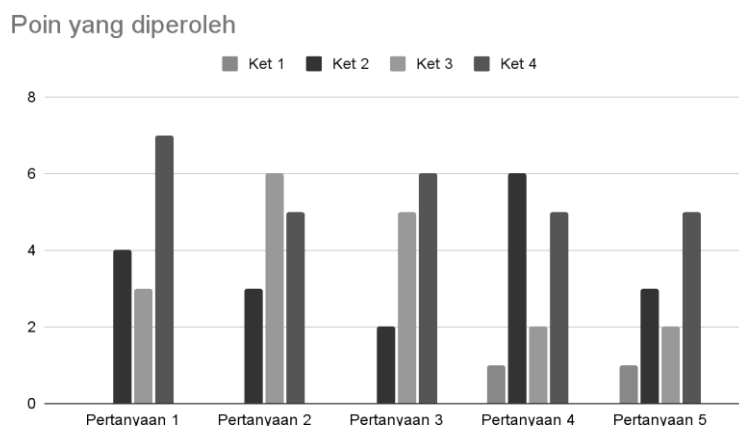


Grafik 2. Pre-Test Legalitas Usaha

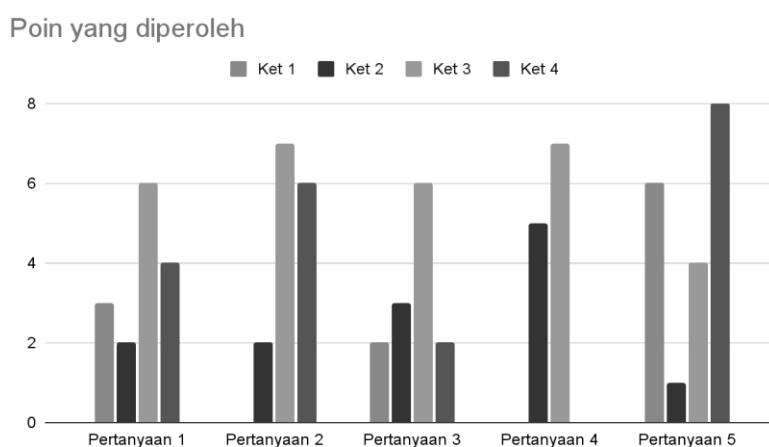


Grafik 3. Pre-Test Manajemen Usaha

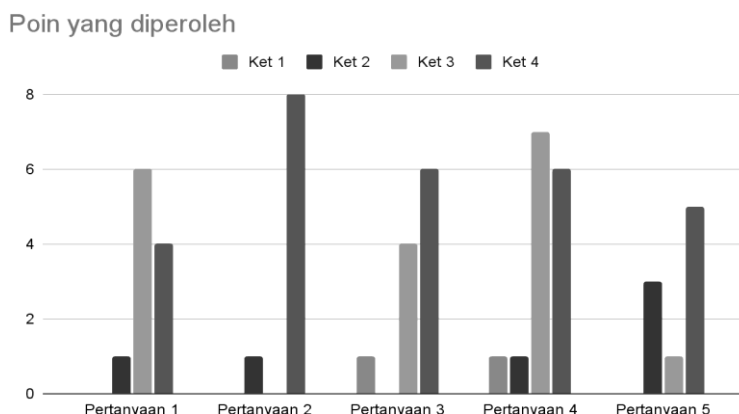
## Post-Test



Grafik 4. Post-Test Keuangan Usaha



Grafik 2. Post-Test Legalitas Usaha



Grafik 3. Post-Test Manajemen Usaha

Grafik di atas memperlihatkan bahwa seluruh aspek yang diujikan mengalami kenaikan rata-rata skor. Pada materi Keuangan Usaha, rata-rata skor peserta meningkat dari kategori kurang paham menuju sudah paham (naik sekitar dua tingkat). Pada aspek Legalitas Usaha, peserta yang sebelumnya hanya mengetahui secara terbatas tentang NIB, setelah pelatihan menjadi lebih yakin bahkan mampu mengurus legalitas secara mandiri. Sementara itu, pada materi Manajemen Usaha & BMC, peserta menunjukkan perkembangan nyata, dari sekadar mengetahui konsep dasar menjadi mampu menyusun rencana sederhana dan termotivasi mengembangkan usaha.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Putri & Setiawan (2025) yang menegaskan bahwa penggunaan evaluasi pre-test dan post-test tidak hanya memberi gambaran tentang perubahan perilaku peserta secara

kualitatif, tetapi juga membuktikan efektivitas program secara kuantitatif. Dengan demikian, kegiatan pelatihan dan pendampingan di Desa Merangin terbukti mampu meningkatkan kapasitas UMKM secara terukur, baik dalam hal legalitas, manajemen usaha, maupun branding produk.

#### **4. KESIMPULAN**

Pelaksanaan program pemberdayaan UMKM di desa Merangin terbukti memberikan dampak positif dengan meningkatkan kemampuan pelaku usaha pada aspek legalitas, pengelolaan keuangan, perencanaan bisnis, hingga desain produk. Hasil ini memperlihatkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik serta pemanfaatan teknologi sederhana efektif untuk memperkuat daya saing sekaligus mendorong kemandirian UMKM desa. Oleh karena itu, model pemberdayaan ini dapat menjadi solusi atas permasalahan utama UMKM dan layak untuk diadopsi di desa lain yang memiliki karakteristik serupa.

Efektivitas kegiatan ini tercermin dari peningkatan kapasitas peserta dalam memahami dan mengaplikasikan materi yang diberikan. Pelaku UMKM menunjukkan kemampuan baru dalam memproduksi kemasan yang lebih menarik dan informatif, serta menyusun rencana bisnis sederhana. Legalitas usaha yang berhasil diperoleh menjadi fondasi awal bagi UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas dan memperkuat posisi hukum mereka.

#### **5. SARAN**

Agar hasil pemberdayaan tetap berkelanjutan, diperlukan peran pemerintah desa dan instansi terkait untuk membantu proses legalitas usaha seperti PIRT (Produk industri rumah tangga) dan sertifikat halal, sekaligus menyediakan pelatihan lanjutan dibidang keuangan dan pemasaran digital. Pelaku UMKM juga disarankan lebih aktif memanfaatkan media sosial serta *e-commerce* untuk memperluas pasar. Selain itu, program kukerta selanjutnya dapat di fokuskan pada pembangunan *marketplace* lokal berbasis situs web atau aplikasi sederhana guna memperkuat kemandirian dan jangkauan UMKM desa.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Basir, B., Hakim, I., Furqan, F. Al, Marihi, L. O., & Budi, W. (2025). Pendampingan UMKM Dalam Pengembangan Produk dan Branding Untuk Peningkatan Daya Saing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 5089–5098.
- Padila, N. N., Kurnia, T., Ramandha, A., & Nugraha, A. (2024). Peningkatan Keterampilan UMKM Melalui Branding Produk dan Pendampingan Legalitas Usaha di Desa Tajurhalang Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 42–50. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v4i1.11677>
- Puspita, V., Safrianti, S., Waliamin, J., Nelsa Fitri, S., Adittio Putra, O., Wediyanto, E., Novrianda, H., & Tri Utami, R. (2024). Pendampingan Dan Penguatan Produk Kreatif Hasil Limbah Tangkap Pada KUBE Nelayan Melalui Branding dan Legalitas Produk. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 103–109. <https://doi.org/10.37802/society.v5i1.619>
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. In *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40-52.
- Riyanto, D. W. U. (2024). Pendampingan Desain Logo dan Kemasan untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian Dan Kemitraan Masyarakat*, 2(3), 69–77. <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v2i3.970>
- Rokhmah, B. E., & Yahya, I. (2020). Tantangan, Kendala, dan Kesiapan Pemasaran Online UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Sukoharjo. In *Filantropi: Manajemen Zakat dan Wakaf*, 1(1), 20-31.
- Zaman, J. S. P., Sobari, H., Ciptaning Lokiteswara Setya Wardhani, D., Rusmiwati Sukandar, E., Syarif, E., Amirah, M., Latifah M, S., Godebag, D., & Tanjungkerta, D. (2024). Peningkatan Kesadaran Legalitas dalam Inovasi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 6(1), 55–64.
- Soimah, N., Qomariah Imelda, D., Kaltara, U., Pembangunan, J. E., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2023). Urgensi Legalitas Usaha Bagi UMKM. *Jurnal Benuanta*, 1(2), 22–26. <http://journal.unikaltar.ac.id/index.php/>
- Suherman, Maulana, A., Nurhikmah, & Fitriani. (2025). Pemberdayaan UMKM dalam Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing melalui Legalitas, Inovasi, dan Digitalisasi Usaha. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENAMA)*, 2, 338–345.
- Wulandari, C., Azmi, U. C., Prasetyaningrum, H., & Namira, A. Z. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Optimalisasi Strategi dan Legalitas Usaha sebagai Upaya Akselerasi Ekonomi di Desa Wedung, Kabupaten Demak. *Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, Dan Teknologi Tepat Guna*, 3(1), 215–228. <https://doi.org/10.22146/parikesit.v3i1.17716>