JURNAL PENGABDIAN SOSIAL
e-ISSN : 3031- 0059
Volume 2, No. 11, Tahun 2025
https://ejournal.jurnalpengabdiansosial.com/index.php/jps

Edukasi dan Pendampingan UMKM melalui Legalitas Usaha dan *Rebranding* Produk di Desa Margoyoso

Rio Arya Saputra[1], Endhar Engel Setyawan[2], Jacinda Az-Zahra[3], Siti Aydina[4], Aliyah Aisaturokhmah[5], Eka Aprilia[6], Muhammad Nur Falakh[7], Muhammad Ricky[8], Muhammad Nanda Mei Yunanto[9], Fauzan Fajar Wicaksana[10], Sri Hastuti[11]

[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11] *Universitas Tidar, Kota Magelang, Indonesia*

Corresponding Author
Nama Penulis: Rio Arya Saputra
E-Mail: rioarya456@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi, baik secara lokal maupun nasional. Meskipun kontribusinya signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Margoyoso masih menghadapi berbagai permasalahan, terutama terkait dengan rendahnya pemahaman mengenai aspek legalitas usaha dan strategi branding produk. Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN), tim mahasiswa melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan pengetahuan serta pendampingan dalam proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan penerapan strategi rebranding produk usaha. Metode yang digunakan meliputi observasi, penyuluhan, dan pendampingan langsung kepada 35 pelaku UMKM dan 10 mahasiswa Universitas Tidar. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM belum memiliki NIB dan kurang memahami pentingnya legalitas usaha. Selain itu, rebranding produk yang dilakukan berhasil meningkatkan daya tarik dan daya saing produk di pasar. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan UMKM dan kontribusinya terhadap perekonomian lokal. Untuk keberlanjutan hasil, disarankan adanya pendampingan berkelanjutan dan pelatihan lanjutan mengenai digital marketing dan manajemen keuangan.

Kata Kunci *- usaha mikro kecil dan menengah, UMKM, nomor induk berusaha, NIB, legalitas usaha, rebranding, edukasi*

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in economic development, both locally and nationally. Despite their significant contributions to job creation and increasing community income, The Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Margoyoso Village still face various challenges, particularly due to their limited understanding of business legality and product branding strategies. Through the Community Service Program (KKN), the student team carried out activities aimed at enhancing the knowledge and providing assistance to MSME owners in the process of obtaining a Business Identification Number (NIB) and implementing product rebranding strategies to improve their business development.. The methods used include observation, outreach, and direct assistance to 35 MSME actors and 10 students from Tidar University. The results indicate that many MSME actors do not yet have an NIB and lack awareness of the importance of business legality. Additionally, the rebranding efforts successfully increased the attractiveness and competitiveness of products in the market. This activity is expected to have a positive impact on the development of MSMEs and their contribution to the local economy. For sustainability of the results, it is recommended to provide ongoing assistance and further training on digital marketing and basic financial management.

Keywords *– micro small and medium enterprises, MSMEs, business identification number NIB, business legality, rebranding, education*

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi, baik secara lokal maupun nasional. UMKM merupakan usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha, sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Sulaeman, 2023). Kontribusi UMKM sangat signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, pemerataan ekonomi, dan peningkatan pendapatan masyarakat (Kiswandi, Setiawan, & Ghifari, 2023). Meskipun memiliki peran yang vital, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhannya. Tantangan tersebut meliputi rendahnya kapasitas manajemen, keterbatasan modal, dan kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran yang efektif. Salah satu tantangan paling mendasar adalah minimnya pemahaman masyarakat mengenai legalitas usaha, khususnya terkait dengan Nomor Induk Berusaha (NIB).

Legalitas usaha merupakan unsur penting yang menunjukkan bahwa suatu badan usaha berstatus legal dan sah secara hukum, sehingga diakui oleh pemerintah dan masyarakat. NIB, yang dikeluarkan melalui Sistem Online Single Submission (OSS), berfungsi sebagai identitas pengenal resmi bagi pelaku usaha, baik perseorangan maupun non-perseorangan (Puspitasari & Widodo, 2024). Dengan adanya NIB, pelaku UMKM dapat mengajukan izin usaha, izin komersial, dan operasional dengan lebih mudah. Selain itu, legalitas usaha ini memberikan akses kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan berbagai kemudahan, seperti bantuan permodalan dari pemerintah, pelatihan, dan perlindungan hukum dalam menjalankan usaha.

Namun, berdasarkan hasil observasi dan wawancara lapangan di Desa Margoyoso, sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki NIB dan tidak menyadari pentingnya legalitas usaha. Data dari Badan Produktif Usaha Mikro (BPUM) menunjukkan bahwa tidak ada satu pun UMKM di desa tersebut yang terdaftar memiliki NIB, meskipun terdapat 319 jenis usaha UMKM yang terdaftar sebagai calon penerima bantuan (BPUM, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai legalitas usaha masih tergolong rendah. Selain itu, pelaku UMKM juga mengalami kesulitan teknis dan belum mendapatkan pendampingan langsung dalam proses pembuatan NIB. Akibatnya, mereka kesulitan dalam mengakses bantuan, tidak mendapatkan pelatihan dari pemerintah, dan tidak dapat mengembangkan usaha secara optimal.

Rebranding produk menjadi faktor penting untuk memperluas jaringan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. Hasil observasi menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM di Desa Margoyoso belum memiliki kekuatan yang cukup dalam hal branding dan pemasaran. *Rebranding* usaha adalah proses mengubah gambaran atau deskripsi suatu produk untuk meningkatkan daya tarik konsumen (Suhendra, 2023). Proses ini mencakup pembaruan merek yang ada dengan mengubah nilai-nilai dalam merek tersebut menjadi lebih baik (Bryan & Nanda, 2023). *Rebranding* produk melibatkan perubahan visual, kualitas, dan aspek lain yang berkaitan dengan produk agar lebih menarik bagi konsumen. Contoh peningkatan daya saing melalui *rebranding* mencakup pembuatan merek dan logo, perbaikan desain kemasan, serta peningkatan citra visual produk yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Berdasarkan permasalahan di atas, sangat diperlukan edukasi dan pendampingan langsung bagi pelaku UMKM di Desa Margoyoso. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya legalitas usaha dan *rebranding*, serta membantu pelaku UMKM agar dapat mengembangkan usaha mereka secara legal dan berkelanjutan. Dengan demikian, diharapkan pelaku UMKM dapat mengatasi tantangan yang ada dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal.

METODE

Pengabdian masyarakat di Desa Margoyoso Kecamatan Salaman Kabupaten Magelang yang dilaksanakan pada tanggal 5 Juli hingga 3 Agustus 2025. Metode yang diterapkan dalam pengabdian

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

adalah edukasi melalui penyuluhan dan pendampingan secara langsung terkait legalitas usaha yaitu tata cara pembuatan NIB dan cara membranding suatu produk usaha UMKM. Kegiatan edukasi dan pendampingan langsung dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya memiliki NIB, membantu dan memfasilitasi proses pembuatan NIB secara langsung, memberi edukasi pentingnya suatu *rebranding* produk usaha, serta membantu *rebranding* pelaku UMKM bagi yang membutuhkan. Kegiatan ini dihadiri oleh 35 orang dari anggota UMKM masyarakat Desa Margoyoso yang memiliki usaha UMKM dan 10 mahasiswa Universitas Tidar. Adapun tahapan metode yang kami lakukan yaitu observasi, persiapan, edukasi melalui penyuluhan, dan pendampingan secara langsung mengenai *rebranding* usaha dan tata cara pembuatan NIB. Berikut adalah penjelasan dari tahapan metode pengabdian yang kami lakukan:

1. Observasi

   Tahapan awal yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat yaitu observasi kondisi lapangan UMKM secara langsung di Desa Margoyoso Kecamatan Salaman Kabupaten Magelang. Observasi dilakukan dengan metode wawancara secara informal kepada salah satu anggota UMKM Desa Margoyoso, diskusi dengan para perangkat desa, dan pengamatan secara langsung terhadap beberapa usaha-usaha UMKM di Desa Margoyoso. Hasil yang diperoleh tim pengabdian adalah masih banyak usaha UMKM yang tidak memiliki NIB. Selain itu, terlihat bahwa masih banyak usaha yang kami amati di lapangan menunjukkan *branding* yang kurang kuat dalam produk mereka.
2. Persiapan

   Setelah observasi selesai, tim pengabdian segera mendiskusikan mengenai rencana program kerja yang akan dijalankan yaitu Program kerja Pelatihan UMKM dalam konteks khusus penyuluhan edukasi dan pendampingan pembuatan NIB. Tim membuat persiapan untuk pra kegiatan program kerja UMKM dengan diskusi bersama dengan pihak yang terkait. Tahapan persiapan yang kami lakukan yaitu meliputi koordinasi serta diskusi dengan pihak desa dan anggota UMKM Desa Margoyoso. Kemudian Tim Pengabdian menyusun materi dan pembuatan media *power point* untuk memudahkan dalam penyampaian materi terkait edukasi penyuluhan dan pendampingan program kerja yang akan dilaksanakan. Materi edukasi, mencakup dua poin antara lain, pentingnya legalitas usaha, tata cara pembuatan NIB melalui OSS, kemudian penyampaian edukasi secara singkat mengenai *rebranding* usaha produk.
3. Edukasi melalui Penyuluhan

   Tim pengabdian dalam hal penyampaian edukasi mengenai pembuatan Nomor Induk Berusaha akan melakukan secara santai dan interaktif. Penyampaian ini dilakukan untuk menjaga fokus dan perhatian peserta agar dapat mendengarkan materi dengan baik serta dapat mudah dalam memahami materi yang disampaikan. Tim juga melakukan edukasi dalam bentuk diskusi dan tanya jawab terkait materi yang telah disampaikan.
4. Pendampingan

   Tim pengabdian melaksanakan pendampingan kepada UMKM yang terpilih dengan menyesuaikan keterbatasan waktu pelaksanaan kegiatan.

   Tahap tim pengabdian dalam pendampingan adalah :

   a) Pendampingan teknis secara langsung membuat NIB melalui sistem *Online Single Submission (OSS).*
   b) Pendampingan pembuatan *rebranding* UMKM, seperti pembuatan desain logo, saran untuk pengembangan produk pelaku UMKM dan saran packing atau pengemasan produk UMKM agar lebih menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada dua aspek utama, yaitu edukasi dan pendampingan dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) serta *rebranding* usaha bagi pelaku

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

UMKM di Desa Margoyoso. Dalam konteks ini, kami menyadari bahwa legalitas usaha dan branding yang kuat merupakan faktor kunci untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar pelaku UMKM dapat beradaptasi dengan tuntutan pasar yang semakin kompetitif.

Hasil dan pembahasan akan menjelaskan tahapan kegiatan serta keberhasilan yang telah dicapai dalam pengabdian ini. Kami akan membahas dan menganalisis perubahan yang terjadi setelah pelaksanaan edukasi dan pendampingan kepada beberapa pelaku UMKM di Desa Margoyoso. Melalui pendekatan yang sistematis dan partisipatif, kami berharap dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perkembangan usaha mereka.

Edukasi yang kami berikan tidak hanya mencakup teori, tetapi juga praktik langsung yang memungkinkan peserta untuk memahami dan menerapkan konsep-konsep yang telah diajarkan. Salah satu aspek penting dari pendampingan ini adalah penerapan packaging pouch, di mana kami memberikan pelatihan tentang cara memilih bahan kemasan yang tepat dan teknik pengemasan yang menarik serta fungsional. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar dan memberikan nilai tambah yang dapat meningkatkan penjualan.

Selain itu, pendampingan yang dilakukan secara langsung bertujuan untuk memastikan bahwa setiap pelaku UMKM mendapatkan perhatian dan bimbingan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, kami berharap kegiatan ini dapat mendorong pelaku UMKM untuk lebih percaya diri dalam menjalankan usaha mereka dan memanfaatkan peluang yang ada.

Kami percaya bahwa dengan memberikan dukungan yang tepat, pelaku UMKM di Desa Margoyoso akan mampu meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, serta memperluas jaringan usaha. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga pada penguatan komunitas UMKM secara keseluruhan.

1. Legalitas Usaha Melalui Pembuatan NIB Melalui OSS

   Legalitas usaha menjadi aspek penting dalam suatu pengembangan dan keberlangsungan usaha UMKM. Salah satu yang menjadi dasar dalam legalitas usaha adalah UMKM yang sudah memiliki Nomor induk Berusaha atau NIB. Akan tetapi, berdasarkan dari data BPUM hampir semua masyarakat pelaku UMKM di lapangan masih belum memiliki NIB. Sebagian masyarakat masih menunjukkan belum memahami pentingnya legalitas dan beberapa masih kesulitan dalam membuat atau mendaftar NIB melalui OSS. UMKM yang telah memiliki legalitas usaha atau NIB akan mendapat kemudahan dalam menjalankan usahanya, diantaranya dalam hal mengakses bantuan pemerintah. Bantuan dari pemerintah itu dapat berupa bantuan permodalan, pelatihan, mendapat perlindungan dan kepastian hukum dalam menjalankan usahanya. Adanya NIB dapat memudahkan masyarakat pelaku UMKM untuk mengajukan izin usaha atau izin komersial maupun operasional. Pelaku UMKM juga secara mudah dapat memperluas kerjasama dengan relasi sesama UMKM.

   Tahapan awal, tim pengabdian melaksanakan edukasi melalui penyuluhan terhadap pelaku UMKM terpilih di Desa Margoyoso. Edukasi berupa pemaparan materi yang disampaikan secara ringkas dan santai mengenai pentingnya legalitas usaha, khususnya terkait fungsi dan manfaat jika memiliki NIB. Kemudian sedikit materi pengenalan mengenai sistem OSS (*Online Single Submission*) dan tutorial penyampaian secara simpel tahapan pendaftaran NIB lewat online. Materi alur pendaftaran NIB dikemas menjadi dua bagian yaitu yang pertama adalah mengenai cara pembuatan akun OSS dan cara verifikasi akun OSS yang sudah terdaftar. Adapun materi tersebut dipaparkan dalam bentuk PPT secara ringkas dan ringan untuk dibaca para peserta. Tim pengabdian juga menyediakan komunikasi dan diskusi secara interaktif bagi peserta yang ingin bertanya lebih jauh terkait pemaparan materi yang disampaikan.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Gambar 1.
Edukasi Pembuatan NIB Melalui OSS

Selain mengadakan edukasi melalui penyuluhan, tim pengabdian juga melakukan kegiatan pendampingan kepada UMKM yang tertarik untuk membuat NIB. Pendampingan pembuatan NIB dilakukan secara langsung kepada para pelaku UMKM yang tertarik untuk membuat NIB. Peserta dibimbing dan didampingi langsung cara membuat akun OSS, mengisi data usaha yang benar dan menyelesaikan seluruh tahapan pendaftaran sampai ke tahap verifikasi akun NIB. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong peserta pelaku UMKM untuk segera melakukan legalitas usaha melalui NIB. Peserta dapat memperoleh pengetahuan dan kesadaran hukum dalam konteks legalitas usaha di masa depan. Tim juga memberikan penjelasan prosedur pendaftaran NIB dan melakukan pendampingan awal berupa konsultasi, pengecekan kelengkapan data serta pendataan yang berminat untuk mengurus NIB. Dengan mempunyai legalitas usaha, UMKM mendapatkan perlindungan hukum, dapat memperluas pemasaran dan meningkatkan daya saing di pasar.

2. *Rebranding* Produk Usaha UMKM

Selain materi NIB, Tim pengabdian melaksanakan pemateri mengenai *rebranding* usaha. Materi tersebut dijelaskan secara singkat dan interaktif yang mencakup pentingnya membuat dan membangun desain logo atau merek yang menarik, strategi pengemasan produk usaha, dan penyesuaian usaha agar sesuai dengan tren pasar yang ketat persaingan. Sebagai usaha yang kecil UMKM sering beroperasi di pasar yang sangat kompetitif dan memiliki sumber daya yang terbatas (Bryan, Nanda, 2023).

Desa Margoyoso sendiri terdapat banyak usaha UMKM yang berdiri namun masih terdapat beberapa usaha yang memiliki kelemahan dalam aspek identitas logo atau merek serta pengemasan atau packing produk usaha. Untuk itu pelaksanaan *rebranding* ini bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM yang ingin mempertahankan usaha mereka di pasar. Branding yang baik mampu membangun citra yang kuat di antara konsumen atau pelanggan dan mempunyai keunikan tersendiri dalam usahanya dibanding dengan pesaing. Hal yang paling utama dalam *rebranding* usaha adalah membuat dan merancang identitas visual logo atau merek. Perancangan logo yang baik dan menarik, usaha akan mempunyai ciri khas tersendiri dan dapat memudahkan usaha UMKM itu dikenal oleh para pelanggan atau konsumen.

Tujuan dan manfaat dari *rebranding* produk adalah untuk pengembangan dan memajukan UMKM itu sendiri. Kemudian, tindak lanjut dari pemaparan materi ini, kami

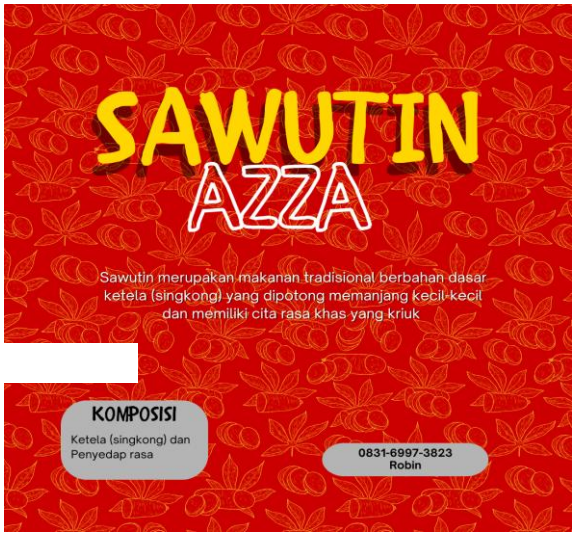
This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

menawarkan bantuan kepada peserta UMKM di Desa Margoyoso bagi yang tertarik melakukan *rebranding* terhadap produk usaha masing-masing. Bantuan yang ditawarkan adalah desain merek atau logo, perbaikan kemasan atau packing produk serta ide pengembangan branding suatu produk.

Sejumlah pelaku UMKM menyatakan ketertarikannya untuk mengikuti pendampingan dan telah didata untuk proses lanjutan. Pendampingan dilakukan terhadap UMKM sesuai dengan apa yang dibutuhkan dalam *rebranding* produk usaha mereka. Melalui, edukasi dan pendampingan ini memberikan peserta UMKM bekal mengenai pentingnya *rebranding* untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produk.

3. Penerapan *Packaging Standing Pouch*

Pendampingan pengabdian kepada pelaku UMKM dalam pengajaran *packaging* menggunakan *standing pouch* bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan kualitas kemasan, yang berpengaruh positif terhadap nilai jual dan daya tarik produk di pasar. Umumnya konsumen akan membeli suatu barang jika kemasan yang diberikan menarik perhatian mata. Dengan adanya kemasan yang lebih menarik, otomatis *value* dari barang tersebut akan meningkat dan terlihat meyakinkan bagi konsumen yang akan membeli. Dengan kemasan yang lebih menarik dan fungsional, produk UMKM dapat bersaing lebih baik, dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan yang signifikan dibandingkan sebelum menggunakan *packaging standing pouch* tersebut. Sebagai gambaran, kami menawarkan opsi kemasan menggunakan *standing pouch* yang dilengkapi dengan stiker menarik yang mencantumkan informasi produk, logo merek, dan desain visual yang sesuai degan identitas usaha, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk di pasar.



Gambar 2.
Stiker Kemasan Produk *Standing Pouch*

Untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), beberapa strategi penting perlu diterapkan. Berikut adalah beberapa aspek yang menjadi fokus dalam pengembangan UMKM, yang mencakup peningkatan kualitas kemasan, daya saing produk, pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha, serta inovasi dalam branding:

1. Peningkatan Kualitas Kemasan:

   Kemasan yang lebih baik tidak hanya melindungi produk tetapi juga menarik perhatian konsumen.
2. Daya Saing Produk:

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Peningkatan daya saing di pasar terlihat dari peningkatan penjualan setelah penerapan kemasan baru.

3. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan:

   Pelatihan mencakup cara memilih bahan kemasan yang tepat, teknik pengemasan yang higienis, dan penggunaan alat seperti hand sealer.

4. Inovasi dalam Branding:

   Pelaku UMKM diajarkan untuk menciptakan identitas produk yang kuat melalui desain logo dan kemasan.

Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Dengan meningkatnya daya saing, diharapkan UMKM dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

1. Peran Kemasan dalam Pemasaran:

   Kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk dan membantu dalam pemasaran.

2. Dampak Positif terhadap Ekonomi Lokal:

   Peningkatan penjualan akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan penciptaan lapangan kerja.

3. Keberlanjutan Usaha:

   Dukungan berkelanjutan pasca-pelatihan sangat penting untuk memastikan UMKM dapat terus berkembang.

4. Kepuasan Konsumen:

   Kemasan yang baik dan menarik berkontribusi pada kepuasan konsumen, yang cenderung lebih loyal terhadap produk berkualitas.

Dengan demikian, pendampingan dalam pengajaran packaging berupa standing pouch memberikan dampak signifikan bagi pelaku UMKM, baik dari segi peningkatan kualitas produk maupun daya saing di pasar. Pendekatan yang komprehensif ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat posisi UMKM dalam industri yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Margoyoso telah mencapai hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pendekatan dua aspek utama. Pertama, program ini berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya legalitas usaha dengan memberikan pendampingan langsung dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem *Online Single Submission* (OSS), di mana sebelumnya banyak pelaku UMKM menghadapi kendala teknis dan kurangnya pemahaman akan manfaat legalitas usaha. Kedua, melalui program *rebranding* produk, pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan praktis dalam mengembangkan identitas merek, desain kemasan, serta strategi pemasaran yang lebih menarik, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar. Keberhasilan kegiatan ini terlihat dari antusiasme peserta yang tercermin dari tingginya partisipasi dalam sesi penyuluhan dan pendampingan, serta banyaknya pelaku UMKM yang kemudian termotivasi untuk segera mengurus NIB dan memperbaiki branding produk mereka. Proses pendampingan yang dilakukan secara interaktif dan santai juga memudahkan peserta untuk memahami materi yang disampaikan, sekaligus memberikan ruang untuk berdiskusi dan bertanya lebih mendalam terkait masalah yang mereka hadapi. Namun, untuk memastikan keberlanjutan hasil yang telah dicapai, disarankan beberapa langkah konkret untuk pengabdian berikutnya. Pertama, perlu adanya pendampingan berkelanjutan guna memantau perkembangan pelaku UMKM dalam mengimplementasikan NIB dan strategi

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

rebranding. Kedua, pelatihan lanjutan tentang digital marketing dan manajemen keuangan dasar akan sangat bermanfaat untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha. Ketiga, penting dilakukan kolaborasi dengan dinas terkait dan lembaga keuangan untuk memfasilitasi akses permodalan serta program pelatihan yang lebih terstruktur. Selain itu, monitoring dan evaluasi berkala juga diperlukan untuk mengukur dampak nyata dari program pengabdian ini terhadap perkembangan usaha para peserta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Pemerintah Desa Margoyoso, Ibu-Ibu Perwakilan Dawis Desa Margoyoso, para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan serta pihak-pihak yang mendukung pelaksanaan program pengabdian ini sehingga berjalan dengan baik. Tim juga mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Tidar Magelang atas dukungan fasilitas dan pendanaan selama kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

Irawan, D. (2020). Peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah melalui jaringan usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2). E-ISSN: 2615-4978; P-ISSN: 2086-4620.

Kiswandi, F. R. P., Setiawan, M. C., & Ghifari, M. A. (2023). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 1(4), 154-162. https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.328.

Patma, T. S., Muslim, S., & Fauziah. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui legalitas usaha. Dalam Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Universitas Tidar 2021: Geliat Investasi Dalam Pusaran Pandemi: Membaca Celah Pemulihan Ekonomi Nasional Di Era New Normal (hlm. 246-249). Magelang: Universitas Tidar.

Puspitasari, A. H., & Widodo, C. (2024). Peranan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai legalitas usaha bagi pertumbuhan bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti. *MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, 2(4), 17-27. https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i4.755.

Rumijati, A., Asfiah, N., & Fuadiputra, I. R. (2021). *Rebranding* untuk meningkatkan nilai tambah produk di kelompok usaha mikro olahan susu pada Ikatan Pengusaha 'Aisyiyah (IPAS). *Jurnal Budimas*, 3(1).

Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2). https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952.

Suhendra. (2023). *Rebranding* sukses peningkatan produk UMKM di Indralaya Selatan untuk kesejahteraan masyarakat. *HAGA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). Universitas Nias Raya. E-ISSN: 2828-7037.

Sulaeman. (2023). Perbandingan tingkat pendapatan UMKM di masa pandemi dan pasca COVID-19 (Studi kasus di objek wisata Loang Baloq Kota Mataram). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(4).

Suyadi, Syahdanur & S. Susie 2017, 'Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kabupaten bengkalis riau', Jurnal Ekonomi KIAT, vol. 29, no. 1, hal. 1-10.

Tyasno, B. L., & Anggalih, N. N. (2023). *Rebranding* UMKM Dapur Ricci's sebagai upaya meningkatkan daya saing produk makanan. *Jurnal Desgrafia*, 1(1), 67-79. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license