

Pemberdayaan UMKM Melalui Optimalisasi Branding dan Legalitas Usaha

Muhajir¹, Sulrifka Tunnisa^{2*}, Dewi Magfirah Kahar³, Mauliana⁴,
Supriani⁵, Serli Syam⁶, Yusri Indar Pratama⁷

¹⁻⁷ Institut Turatea Indonesia

* tunnisarifqa57@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang berperan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, namun masih menghadapi berbagai kendala, terutama pada aspek *branding* dan legalitas usaha. Kondisi tersebut juga ditemukan pada UMKM di Desa Balangloe, Kecamatan Tarowang, Kabupaten Jeneponto, yang sebagian besar belum memiliki identitas visual usaha dan Nomor Induk Berusaha (NIB). Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pendampingan *branding* usaha, edukasi pemasaran digital, dan fasilitasi pengurusan legalitas usaha. Metode pelaksanaan meliputi observasi awal, wawancara, pendampingan penyusunan identitas visual berupa logo dan spanduk usaha, edukasi pemanfaatan media digital untuk pemasaran, serta pendampingan pengurusan NIB melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). Kegiatan dilaksanakan selama program Kuliah Kerja Nyata Berdampak Tahun 2026 dengan melibatkan tiga UMKM sebagai mitra, yaitu usaha keripik pisang, mebel, dan olahan makanan berbahan dasar daging. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh mitra (3 UMKM) berhasil memiliki spanduk usaha sebagai identitas visual, satu UMKM berhasil memiliki logo produk, dan satu UMKM berhasil memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB). Selain itu, terjadi peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya *branding*, legalitas usaha, dan pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Pendampingan yang dilakukan juga meningkatkan kepercayaan diri dan profesionalisme pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Dengan demikian, program pemberdayaan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas UMKM melalui penguatan identitas usaha dan legalitas, sehingga mendukung peningkatan daya saing serta keberlanjutan usaha di tingkat desa.

Kata Kunci: pemberdayaan UMKM, branding usaha, legalitas usaha, Nomor Induk Berusaha, pendampingan masyarakat

Pendahuluan

UMKM merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia karena berperan dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta penguatan ekonomi lokal (Ismail et al., 2023). Dalam konteks pembangunan pedesaan, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat yang memanfaatkan potensi sumber daya lokal. Namun demikian, perkembangan UMKM masih menghadapi berbagai kendala struktural dan teknis. Salah satu permasalahan utama adalah rendahnya kemampuan

pelaku usaha dalam membangun *branding* produk. *Branding* tidak hanya berkaitan dengan logo atau nama usaha, tetapi juga mencakup identitas visual, kemasan, serta strategi pemasaran yang mampu membedakan produk dari pesaing. *Branding* memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai tambah produk dan kepercayaan konsumen (Achmad et al., 2024).

Selain *branding*, aspek legalitas usaha juga menjadi tantangan serius bagi UMKM. Banyak pelaku usaha belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) karena keterbatasan informasi serta anggapan bahwa proses perizinan rumit. Padahal, sistem Online Single Submission (OSS) telah menyederhanakan proses perizinan usaha sehingga dapat diakses secara lebih mudah oleh pelaku UMKM (Kasyir et al., 2024). Serupa ditemukan di Desa Balangloe, Kecamatan Tarowang, Kabupaten Jeneponto. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar UMKM masih menggunakan kemasan sederhana tanpa identitas usaha yang jelas dan belum memiliki legalitas usaha. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM.

Berdasarkan permasalahan tersebut, mahasiswa KKN Berdampak Tahun 2026 Institut Turatea Indonesia melaksanakan program pemberdayaan UMKM melalui optimalisasi *branding* dan legalitas usaha sebagai upaya meningkatkan daya saing usaha masyarakat desa. Desa Balangloe merupakan salah satu desa di Kecamatan Tarowang, Kabupaten Jeneponto, yang memiliki potensi ekonomi berbasis usaha mikro dan kecil. Sebagian besar masyarakat desa menggantungkan pendapatan pada sektor perdagangan kecil, pengolahan makanan rumahan, serta usaha berbasis kebutuhan lokal. Namun demikian, perkembangan UMKM di desa ini masih menghadapi keterbatasan, terutama dalam aspek pengemasan produk, identitas usaha, serta legalitas usaha. Kondisi ini menyebabkan produk UMKM belum memiliki daya saing yang kuat di pasar yang lebih luas.

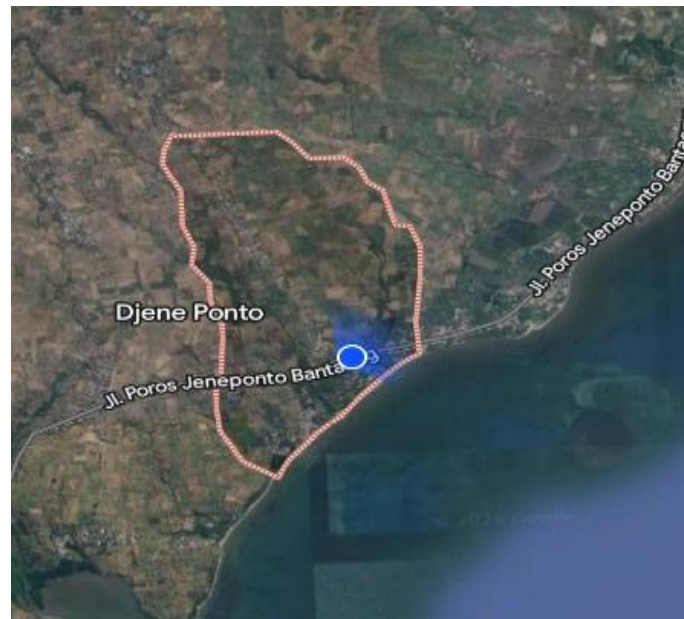
Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM di Desa Balangloe, ditemukan beberapa permasalahan utama, yaitu: sebagian besar UMKM belum memiliki identitas visual usaha seperti logo dan *branding* produk, kemasan produk masih sederhana dan belum mencerminkan nilai jual yang kompetitif, pelaku UMKM belum memahami pentingnya legalitas usaha, khususnya Nomor Induk Berusaha (NIB), serta akses informasi mengenai pengurusan legalitas masih terbatas.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM di Desa Balangloe masih berada pada tahap usaha tradisional yang belum sepenuhnya menerapkan manajemen usaha modern. Kurangnya *branding* pada UMKM dapat menyebabkan rendahnya kepercayaan konsumen serta terbatasnya jangkauan pemasaran produk. Hal ini sejalan dengan kondisi di lapangan, di mana produk UMKM masih sulit bersaing dengan produk dari luar daerah (Achmad et al., 2024).

Pendekatan pendampingan yang dilakukan dalam program ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat tidak hanya bersifat teoritis, tetapi harus dilakukan secara langsung dan partisipatif. Pemberdayaan masyarakat berbasis komunitas harus dilakukan melalui peningkatan kapasitas, pendampingan langsung, serta fasilitasi akses agar masyarakat, termasuk pelaku usaha mikro, mampu mandiri mengelola potensi ekonominya (Firman, 2021).

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pemberdayaan UMKM ini dilaksanakan di Desa Balangloe, Kecamatan Tarowang, Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa desa tersebut memiliki sejumlah UMKM aktif yang masih menghadapi kendala dalam aspek *branding* dan legalitas usaha. Kegiatan pemberdayaan UMKM ini dilaksanakan pada tahun 2026 bersamaan dengan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Berdampak Institut Turatea Indonesia.



Gambar 1. Peta lokasi pemberdayaan UMKM

Subjek dalam pemberdayaan UMKM ini adalah pelaku UMKM di Desa Balangloe yang menjadi sasaran program pendampingan, yaitu sebanyak 3 UMKM yang bergerak di sektor usaha mikro lokal, yaitu UMKM keripik pisang, UMKM mebel dan UMKM jajanan hasil olahan dari daging. Penentuan mitra dilakukan melalui tahapan observasi lapangan dan wawancara mendalam kepada beberapa pelaku usaha di wilayah tersebut. Dalam proses tersebut, peneliti menjelaskan tujuan pendampingan serta manfaatnya bagi pengembangan usaha kepada calon mitra, kemudian meminta kesediaan mereka untuk berpartisipasi aktif dalam rangkaian kegiatan ini.

Pemilihan jumlah mitra yang dibatasi pada tiga UMKM didasarkan pada pertimbangan keterbatasan waktu pelaksanaan program yang direncanakan selama dua bulan. Fokus pada tiga mitra ini diharapkan dapat memberikan pendampingan yang lebih intensif, terukur, dan efektif guna mencapai target keberhasilan yang telah ditetapkan dalam durasi waktu yang tersedia.

Tahapan pendampingan dibagi menjadi tiga bagian utama sebagai berikut, tahapan pertama adalah persiapan dan *branding*. Setelah mendapatkan persetujuan mitra melalui observasi dan wawancara awal, kegiatan difokuskan pada pengembangan identitas visual usaha (*branding*). Tim bersama mitra merancang logo/label serta spanduk yang memuat nama usaha, daftar produk, dan kontak telepon untuk memudahkan akses konsumen.

Setelah desain disetujui, media promosi tersebut dicetak dan dipasang di lokasi strategis agar mudah dijangkau pelanggan.

Tahap kedua adalah edukasi pemasaran, kami memberikan edukasi mengenai penguatan personal *branding* usaha. Selain itu, dilakukan pendampingan teknis dalam pemanfaatan platform digital seperti Shopee, WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram sebagai sarana perluasan jangkauan pemasaran. Tahap ketiga yaitu pendampingan legalitas, kami melakukan pembinaan dan fasilitasi bagi mitra dalam pengurusan legalitas usaha, yaitu pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) guna memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha. Kegiatan pengabdian ini dinyatakan berhasil apabila terjadi peningkatan jumlah pembeli serta volume pesanan yang diterima oleh mitra selama periode pendampingan. Selain itu mitra memiliki surat izin berusaha (NIB) yang sah, sehingga meningkatkan kepercayaan diri dan keamanan bagi keberlangsungan usaha mitra.

Untuk mengukur keberhasilan pendampingan dan pembinaan dilakukan evaluasi kualitatif berupa wawancara akhir dengan pelaku UMKM mengenai efektivitas media promosi (*branding*) yang telah dipasang dan kemudahan penggunaan platform digital yang diajarkan. Dilakukan juga evaluasi dokumentasi pemeriksaan administratif terhadap dokumen NIB yang telah diterbitkan untuk memastikan bahwa proses legalitas telah selesai sepenuhnya dan dipahami oleh pemilik usaha.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pemberdayaan UMKM melalui kegiatan KKN Berdampak Tahun 2026 di Desa Balangloe, Kecamatan Tarowang, Kabupaten Jeneponto, telah selesai dilaksanakan. Program ini difokuskan pada tiga pilar utama, yaitu edukasi, pendampingan *branding* usaha, dan fasilitasi legalitas usaha. Visualisasi capaian dan perbandingan kondisi mitra sebelum serta sesudah pelaksanaan program disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Hasil pelaksanaan program pemberdayaan UMKM

No.	Aspek Kegiatan	Hasil
1	UMKM yang didampingi	3 UMKM
2	Pembuatan spanduk	3 UMKM
3	Pembuatan logo	1 UMKM
4	Kepemilikan NIB	1 UMKM
5	Sosialisasi UMKM	Dilaksanakan

Untuk melihat perubahan kualitas tata kelola usaha pada mitra sasaran, berikut adalah matriks komparasi sebelum dan sesudah intervensi program dilakukan:

Tabel 2. Perbandingan Kondisi UMKM Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Aspek	Sebelum	Sesudah
<i>Branding</i>	Tidak memiliki identitas	1 logo & 3 spanduk
Legalitas	Tidak memiliki NIB	1 UMKM memiliki NIB
Pemahaman usaha	Rendah	Meningkat
Profesionalisme	Tradisional	Lebih modern

Secara umum, Desa Balangloe memiliki potensi ekonomi berbasis usaha mikro yang bertumpu pada sektor perdagangan kecil, pengolahan makanan rumahan, serta usaha berbasis kebutuhan lokal. Namun, potensi ini sempat berjalan di tempat akibat karakteristik usaha yang masih bersifat tradisional. Pendekatan pemberdayaan masyarakat yang diterapkan dalam program KKN Berdampak 2026 ini membuktikan bahwa intervensi langsung dan partisipatif adalah kunci memutus rantai stagnasi tersebut.

Pemberdayaan UMKM harus dilakukan melalui peningkatan kapasitas, pendampingan, serta fasilitasi akses usaha agar pelaku usaha mampu mandiri. Strategi "jemput bola" melalui pendekatan personal dan diskusi interaktif di lokasi mitra terbukti efektif meruntuhkan hambatan psikologis dan keterbatasan akses informasi yang selama ini dialami pelaku usaha di wilayah pedesaan (Susyanti et al., 2026).

Masuk pada aspek yang lebih spesifik, observasi awal menunjukkan produk UMKM Desa Balangloe sulit bersaing di luar daerah akibat kemasan yang terlampau sederhana dan ketiadaan identitas visual. Kondisi ini selaras dengan temuan bahwa kurangnya *branding* pada UMKM berbanding lurus dengan rendahnya kepercayaan konsumen serta terbatasnya jangkauan pemasaran (Achmad et al., 2024).

Pasca-pendampingan, pembuatan spanduk untuk UMKM Mama Nahla, Qiandra Meubel, dan UMKM Keripik Pisang, serta pembuatan logo baru untuk UMKM keripik pisang, mengubah total persepsi fisik usaha mereka. Secara teoritis, brand bukan hanya simbol, melainkan representasi kualitas produk yang memediasi terbentuknya kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen (Sari et al., 2022). Pandangan ini diperkuat oleh temuan bahwa penguatan *branding* melalui media digital mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen sekaligus membantu produk UMKM menonjol di tengah persaingan pasar digital yang semakin ketat (Octory et al., 2024).



Gambar 2. Pemasangan Spanduk UMKM Mama Nahla



Gambar 3. Pemasangan Spanduk UMKM Keripik Pisang



Gambar 4. Pemasangan Spanduk UMKM Qiandra Meubel



Gambar 5. Tampilan Kemasan UMKM Sebelum Punya Logo/Label



Gambar 6. Tampilan Kemasan UMKM Setelah dibuatkan Logo/label

Melalui visualisasi identitas yang baru, para pelaku UMKM di Desa Balangloe kini memiliki daya tawar (*value*) yang lebih kompetitif. Temuan ini memperkuat penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pendampingan *branding* secara langsung mampu meningkatkan daya saing usaha mikro melalui penguatan identitas visual, desain kemasan, dan citra merek yang profesional (Fauziah et al., 2025).

Selain kendala visual, status usaha yang mayoritas masih bersifat informal (tidak berizin) menjadi pembatas bagi UMKM lokal untuk berkembang. Keberhasilan penerbitan 1 Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem *Online Single Submission* (OSS) merupakan langkah awal transformasi struktural UMKM di Desa Balangloe dari sektor informal menuju formal.



Gambar 7. Pendampingan Pembuatan NIB di Kantor PTSP Gambar



Gambar 8. Penyerahan NIB Yang telah selesai di Dampingi

Rendahnya kepemilikan izin sebelum program berjalan bukan didasari oleh sikap apatis, melainkan karena minimnya literasi birokrasi digital dan adanya stigma bahwa mengurus izin usaha itu rumit dan mahal. Melalui pendampingan regulasi ini, stigma tersebut berhasil dipatahkan. Menurut (Kusmayati et al., 2025), legalitas usaha berperan penting dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM karena membuka pintu akses terhadap pembiayaan formal, kemitraan strategis, serta program bantuan pemerintah.

Fakta di lapangan ini juga berkolerasi positif di mana pendampingan legalitas secara intensif terbukti efektif meningkatkan populasi UMKM formal di tingkat desa sekaligus menyiapkan mereka sebagai entitas yang legal di mata hukum (Trisnalia & Andarini, 2023).

Dampak nyata (*impact*) dan manfaat langsung yang dirasakan oleh ketiga mitra UMKM di Desa Balangloe setelah pelaksanaan program ini mencakup beberapa poin krusial:

1. Peningkatan Kredibilitas dan Visibilitas Fisik: Keberadaan spanduk baru membuat lokasi usaha mitra (Mama Nahla, Qiandra Meubel, dan Keripik Pisang) kini lebih mudah dikenali oleh calon konsumen baru, meningkatkan arus kunjungan pembeli lokal.
2. Peningkatan Kepercayaan Diri Pelaku Usaha: Kepemilikan logo eksklusif memberikan rasa bangga dan profesionalisme baru bagi pelaku usaha, mengubah pola pikir mereka dari sekadar "pedagang rumahan" menjadi "pemilik merek".

3. Kesiapan Ekspansi dan Perlindungan Hukum: Bagi UMKM yang telah berhasil memperoleh NIB, manfaat instan yang dirasakan adalah kepemilikan payung hukum yang sah. Dokumen legal ini menjadi modal utama mereka apabila ingin mengajukan sertifikasi halal, izin edar tambahan, maupun akses permodalan perbankan di masa depan (Puspitasari & Widodo, 2024).
4. Kemandirian Literasi Digital: Proses edukasi aplikasi OSS memberikan kemandirian informasi, sehingga para pelaku usaha tidak lagi bergantung pada pihak ketiga (calo) untuk urusan administrasi usaha dasar mereka.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui optimalisasi *branding* dan legalitas usaha di Desa Balangloe, Kecamatan Tarowang, Kabupaten Jeneponto pada tahun 2026, dapat disimpulkan bahwa program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM.

Pertama, dari aspek *branding*, seluruh UMKM yang menjadi sasaran pendampingan (3 UMKM) telah memperoleh penguatan identitas usaha melalui pembuatan spanduk, dan satu UMKM telah memiliki logo sebagai identitas visual produk. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya *branding* dalam membangun citra dan daya tarik produk.

Kedua, dari aspek legalitas usaha, ditemukan bahwa sebelum pendampingan sebagian besar UMKM belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Setelah dilakukan pendampingan, satu UMKM berhasil memperoleh NIB melalui sistem Online Single Submission (OSS). Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan secara langsung mampu meningkatkan kesadaran dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengakses legalitas usaha.

Ketiga, secara umum program pemberdayaan ini mampu meningkatkan pemahaman, kesadaran, serta profesionalisme pelaku UMKM dalam mengelola usaha. Integrasi antara *branding* dan legalitas usaha terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di tingkat desa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan KKN Berdampak Tahun 2026 di Desa Balangloe berhasil memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan UMKM, khususnya dalam aspek identitas usaha dan legalitas.

Ucapan Terimakasih

1. Terima kasih kepada Institut Turatea Indonesia Jeneponto dan lembaga pengelola KKN-B Bapak Sahabuddin Tompo S.Pd., S.E., M.Si. Atas dukungan dan fasilitas program;
2. Terima kasih untuk Pemerintah Desa Balangloe atas izin, kerja sama dan dukungan dalam menjalankan KKN-B serta pemberdayaan UMKM sehingga dapat terealisasi dengan baik;

3. Ucapan terima kasih kepada pelaku UMKM mitra atas partisipasi dan kerja sama selama pendampingan. Semoga segala bantuan dan kerja sama yang diberikan mendapat balasan yang terbaik dan bermanfaat bagi pengembangan UMKM di Desa Balangloe;
4. Serta, ucapan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu proses pembuatan jurnal ini sampai selesai.

Referensi

- Achmad, Z. A., Triana, N. W., Arum, D. P., Nurrahmah, Z., Agustina, Waskito, A. D., Hanina, Z., Damayanti, A., & Wirawan. (2024). Membangun Personal Branding Pada UMKM Kerupuk Kedelai “ Berkah ” Melalui Pembuatan Logo dan Kemasan. *JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 65–75. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v2i1.760>
- Fauziah, F. N., Kurnia, T., Kholik, A., Purnamasari, I., & Jaelani, A. (2025). Dampak Pendampingan Branding Image Terhadap Penguatan Identitas UMKM. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 67–73. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v5i1.17851>
- Firman, A. A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat di Desa Berbasis Komunitas. *Jurnal Tata Sejuta STIA MATARAM*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v7i1.196>
- Ismail, K., Rohmah, M., & Putri, D. A. P. (2023). Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 208–217. <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.14344>
- Kasyir, S., Febrianti, P., & Tamami, B. (2024). Optimalisasi Legalitas Usaha melalui Penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Pelaku UMKM di Desa Mlawang , Kecamatan. *Jurnal Pengabdian Indonesia*, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.47134/jpi.v2i1.3648>
- Kusmayati, N. K., Suwangsih, I., Permadi, B. A., & Wihara, D. S. (2025). Impact of Legal Regulation and Credit Access on MSME Competitiveness with NIB Ownership Mediation. *JMDK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 13(2), 241–254. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v13i2.16211>
- Octory, G., Khairunnisa, A. Z., & Martiadini, K. T. (2024). Penguatan Branding Pelaku UMKM Kuliner melalui Media Digital di Kampung Bencongan , Kabupaten Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, 2(4), 449–456. <https://doi.org/10.54082/jpmii.498>
- Sari, N., Sudarmiatin, & Dhewi, T. S. (2022). The Influence of Product Quality, Brand Image on Purchase Decisions and Brand Trust as Mediation Variables (Study on iPhone Users in Malang City). *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences (IJHESS)*, 2(1), 129–137. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i1.219>
- Susyanti, J., Syaifulah, M. R., Fahrezi, A. N., & Faizah, N. (2026). Peningkatan kepatuhan regulasi halal pada usaha mikro kecil melalui sosialisasi berbasis jempot bola. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 7(10), 416–425. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v7i2.23428>
- Trisnalia, V. N. S., & Andarini, S. (2023). Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha Nomor Induk Berusaha (NIB) Kepada Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Sentul, Kota Blitar. *Jurnal Masyarakat Mengabdikan Nusantara (JMMN)*, 2(3), 110–119. <https://doi.org/10.58374/jmmn.v2i3.177>