

Pendampingan Legalitas Usaha (NIB) dan Penguatan Visual *Branding* UMKM Di Kelurahan Bungamas

Dimas Stephen Rodiansyah¹, Muhammad Abel Ardiansyah², Sukma Arief Budiman³, Redo Febrian⁴,
 Juan Agraprana Putra⁵, Ida Agus Setiawati⁶
 Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

Article Info	Abstract
Article History Received: 12-08-2026 Revised: 13-08-2026 Published: 15-09-2026	Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Bungamas Village still face two major challenges: the lack of official business legality in the form of a Business Identification Number (NIB) and the scarcity of physical promotional media, such as banners, to serve as business identity markers. This community service program aims to examine the results of an integrated mentoring program for NIB registration and the provision of banner promotional media in an effort to optimize the potential of local MSMEs. The method used was participatory, comprising stages of observation, outreach, direct mentoring, and evaluation of five target MSMEs: Toko Chelsy, Anna's Bouquet, Gilang Cell, Pangkas Sukran, and Warung Rara. Data were collected through field observations and a 1–5 Likert-scale evaluation questionnaire completed by the five MSME owners, then analyzed descriptively based on the study's interval categories. The results showed that all target MSMEs (5 out of 5) successfully obtained and printed valid NIB documents, and all (5 out of 5) were successfully assisted in the creation and installation of business banners. The evaluation questionnaire results showed an overall average score of 4.175, which falls into the "high" category, indicating increased partner understanding of the NIB's function as well as greater confidence in running their businesses after establishing a clear visual identity. This integrated mentoring program has proven effective in strengthening business legality and MSME branding, and holds potential to boost market visibility and business competitiveness going forward. Further mentoring from the local government is needed to ensure the sustainability of the program's benefits.
Keywords: Business Identification Number; banners; branding; MSMEs;	

Informasi Artikel	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: Direvisi: Dipublikasi:	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Bungamas masih menghadapi dua kendala utama, yaitu belum dimilikinya legalitas usaha resmi berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) dan minimnya media promosi fisik seperti spanduk sebagai penanda identitas usaha. Pengabdian ini bertujuan untuk mengkaji hasil program pendampingan terpadu pembuatan NIB dan penyediaan media promosi spanduk dalam upaya mengoptimalkan potensi UMKM setempat. Metode yang digunakan bersifat partisipatif, meliputi tahap observasi, sosialisasi, pendampingan langsung, dan evaluasi terhadap lima UMKM sasaran, yaitu Toko Chelsy, Anna's Bouquet, Gilang Cell, Pangkas Sukran, dan Warung Rara. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan dan kuesioner evaluasi berskala Likert 1–5 yang diisi oleh kelima UMKM, kemudian dianalisis secara deskriptif berdasarkan kategori interval penelitian. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh UMKM sasaran (5 dari 5) berhasil memiliki dan mencetak dokumen NIB secara sah, serta seluruhnya (5 dari 5) berhasil difasilitasi dalam pembuatan dan pemasangan spanduk usaha. Hasil kuesioner evaluasi menunjukkan rata-rata skor keseluruhan sebesar 4,175 yang termasuk kategori tinggi, menandakan peningkatan pemahaman mitra terhadap fungsi NIB serta meningkatnya rasa percaya diri dalam menjalankan usaha setelah memiliki identitas visual yang jelas. Program pendampingan terpadu ini terbukti efektif dalam memperkuat legalitas usaha sekaligus branding UMKM, sehingga berpotensi mendorong peningkatan visibilitas pasar dan daya saing usaha ke depannya. Diperlukan pendampingan lanjutan dari pemerintah setempat agar manfaat program ini dapat berkelanjutan.
Kata kunci: Branding; Nomor Induk Berusaha; spanduk ; UMKM;	

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat krusial dalam menopang perekonomian nasional, yang diakui sebagai pilar perekonomian mandiri dengan potensi besar untuk memajukan kesejahteraan masyarakat (Nugraha et al., 2026). Sektor usaha ini tercatat mampu memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia hingga 61,07% serta menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja (Nugraha et al., 2026). Di tengah arus persaingan ekonomi modern, UMKM harus mampu dikelola dan diberdayakan agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya secara berkelanjutan (Nugraha et al., 2026; Suci, Ramadhani et al., 2025).

Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) menjadi fondasi penting bagi pelaku UMKM (Rosidah et al., 2024). NIB memberikan kepastian hukum dan transparansi, sekaligus membuka akses terhadap berbagai fasilitas pemerintah, seperti kemudahan mengikuti pelatihan hingga akses Kredit Usaha Rakyat (Aula et al., 2025), serta mempermudah UMKM menjangkau fasilitas pembiayaan formal dari lembaga keuangan untuk eskalasi dan pengembangan bisnis (Bahri et al., 2025). Selain legalitas administratif, strategi pemasaran fisik yang nyata juga diperlukan, salah satunya melalui media promosi berupa spanduk atau banner, yang memegang peranan esensial dalam memperkuat identitas usaha (branding) dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Nugraha et al., 2026). Spanduk yang informatif berfungsi menarik perhatian konsumen, meningkatkan kredibilitas bisnis, sekaligus menjadi sarana penanda lokasi agar tempat produksi UMKM mudah diketahui dan dikunjungi oleh masyarakat luas (Suci, Ramadhani et al., 2025).

Beberapa kajian terdahulu telah membahas topik pendampingan NIB dan penyediaan media promosi visual bagi UMKM, namun pada umumnya dilakukan secara terpisah dan hanya berfokus pada satu aspek permasalahan. Pada ranah legalitas usaha, kegiatan pendampingan pembuatan NIB telah dilaksanakan di berbagai wilayah, di antaranya di Kelurahan Ballaparang yang menekankan pentingnya penyediaan panduan yang jelas dan mudah dipahami mengenai prosedur serta persyaratan pembuatan NIB melalui sistem Online Single Submission (OSS) di Desa Samirono yang mengidentifikasi bahwa minimnya sosialisasi menyebabkan banyak pelaku UMKM menganggap proses perizinan NIB rumit dan tidak mengetahui prosedur awal yang harus ditempuh (Tim Pelaksana KKN-T UIN Salatiga, 2025), serta di Kelurahan Kelayu Selatan yang menunjukkan peningkatan kesadaran dan pengetahuan pelaku usaha terhadap pentingnya legalitas usaha setelah dilakukan pendampingan door to door. Kajian-kajian tersebut secara konsisten menegaskan bahwa hambatan utama dalam pembuatan NIB bersumber dari rendahnya literasi prosedural pelaku usaha, tetapi belum menyentuh aspek penguatan identitas visual usaha secara bersamaan.

Pada ranah media promosi fisik, penelitian terkait spanduk umumnya dibahas dalam konteks penguatan branding secara umum. Kegiatan pendampingan di Kota Samarinda misalnya menunjukkan bahwa spanduk usaha yang dicetak dan dipasang di lokasi produksi menjadi salah satu fondasi penting dalam membangun branding yang lebih terstruktur bagi UMKM pangan rumahan (Bahri et al., 2025). Kegiatan serupa di Desa Teluk Bakau, Kabupaten Bintan, memfokuskan pembuatan spanduk promosi sebagai sarana identitas visual dan penyampaian informasi usaha bagi UMKM yang menghadapi keterbatasan

media promosi. Adapun kegiatan di Desa Sodong Basari membuktikan bahwa pendampingan branding melalui pembuatan spanduk mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran pemilik usaha akan pentingnya promosi visual dalam menunjang daya saing produk (Purmono et al., 2026). Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya hanya mengulas spanduk sebagai satu komponen branding tanpa mengaitkannya dengan status legalitas usaha dari UMKM yang bersangkutan.

Berdasarkan penelusuran terhadap penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai NIB dan kajian mengenai spanduk sebagai media promosi visual masih cenderung dilakukan secara terpisah, dengan fokus dan objek UMKM yang berbeda-beda, serta belum banyak yang mengukur dampaknya secara kuantitatif melalui instrumen evaluasi yang terstandar. Se jauh penelusuran yang dilakukan, belum ditemukan kegiatan pendampingan yang mengintegrasikan penguatan legalitas usaha melalui NIB dan penguatan identitas visual melalui spanduk secara simultan pada kelompok UMKM yang sama. Oleh karena itu, kebaruan (novelty) dari kegiatan ini terletak pada pendekatan terpadu yang menggabungkan kedua aspek tersebut secara bersamaan pada lima UMKM sasaran di Kelurahan Bungamas, yaitu Toko Chelsy, Anna's Bouquet, Gilang Cell, Pangkas Sukran, dan Warung Rara, disertai pengukuran hasil pendampingan menggunakan instrumen kuesioner evaluasi berskala Likert. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas pendampingan ganda tersebut dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang cenderung bersifat parsial.

Di Kelurahan Bungamas sendiri, para pelaku UMKM di tingkat akar rumput masih dihadapkan pada persoalan mendasar terkait legalitas usaha (Akbar et al., 2026) dan minimnya media promosi visual (Suci, Ramadhani et al., 2025). Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas program pendampingan terpadu – yang mengintegrasikan pembuatan NIB dan penyediaan spanduk usaha – dalam memberdayakan UMKM di Kelurahan Bungamas. Melalui intervensi ini, para pelaku usaha diharapkan mampu memperluas visibilitas pasar, meningkatkan daya saing, serta memperkuat kemandirian ekonomi di tingkat daerah (Suci, Ramadhani et al., 2025). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat krusial dalam menopang perekonomian nasional, yang diakui sebagai pilar perekonomian mandiri dengan potensi besar untuk memajukan kesejahteraan masyarakat (Nugraha et al., 2026). Sektor usaha ini tercatat mampu memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia hingga 61,07% serta menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja (Nugraha et al., 2026). Di tengah arus persaingan ekonomi modern, UMKM harus mampu dikelola dan diberdayakan agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya secara berkelanjutan.

Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) menjadi fondasi penting bagi pelaku UMKM (Annisa et al., 2025; Fadilah et al., 2025). NIB memberikan kepastian hukum dan transparansi, sekaligus membuka akses terhadap berbagai fasilitas pemerintah, seperti kemudahan mengikuti pelatihan hingga akses Kredit Usaha Rakyat (Irawan et al., 2026), serta mempermudah UMKM menjangkau fasilitas pembiayaan formal dari lembaga keuangan untuk eskalasi dan pengembangan bisnis (Fadilah et al., 2025). Selain legalitas administratif, strategi pemasaran fisik yang nyata juga diperlukan, salah satunya melalui media

promosi berupa spanduk atau banner (Fadilah et al., 2025; Nugraha et al., 2026), yang memegang peranan esensial dalam memperkuat identitas usaha branding dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Fadilah et al., 2025). Spanduk yang informatif berfungsi menarik perhatian konsumen, meningkatkan kredibilitas bisnis, sekaligus menjadi sarana penanda lokasi agar tempat produksi UMKM mudah diketahui dan dikunjungi oleh masyarakat luas (Hafid & Zainal, 2023; Ratna et al., 2025).

Beberapa kajian terdahulu telah membahas topik pendampingan NIB dan penyediaan media promosi visual bagi UMKM, namun pada umumnya dilakukan secara terpisah dan hanya berfokus pada satu aspek permasalahan. Pada ranah legalitas usaha, kegiatan pendampingan pembuatan NIB telah dilaksanakan di berbagai wilayah, di antaranya di Kelurahan Ballaparang yang menekankan pentingnya penyediaan panduan yang jelas dan mudah dipahami mengenai prosedur serta persyaratan pembuatan NIB melalui sistem Online Single Submission (OSS) (Purmono et al., 2026). Di Desa Samirono yang mengidentifikasi bahwa minimnya sosialisasi menyebabkan banyak pelaku UMKM menganggap proses perizinan NIB rumit dan tidak mengetahui prosedur awal yang harus ditempuh (Tim Pelaksana KKN-T UIN Salatiga, 2025), serta di Kelurahan Kelayu Selatan yang menunjukkan peningkatan kesadaran dan pengetahuan pelaku usaha terhadap pentingnya legalitas usaha setelah dilakukan pendampingan door to door (Bahri et al., 2025). Kajian-kajian tersebut secara konsisten menegaskan bahwa hambatan utama dalam pembuatan NIB bersumber dari rendahnya literasi prosedural pelaku usaha, tetapi belum menyentuh aspek penguatan identitas visual usaha secara bersamaan.

Pada ranah media promosi fisik, penelitian terkait spanduk umumnya dibahas dalam konteks penguatan branding secara umum. Kegiatan pendampingan di Kota Samarinda misalnya menunjukkan bahwa spanduk usaha yang dicetak dan dipasang di lokasi produksi menjadi salah satu fondasi penting dalam membangun branding yang lebih terstruktur bagi UMKM pangan rumahan (Desember et al., 2025). Kegiatan serupa di Desa Teluk Bakau, Kabupaten Bintan, memfokuskan pembuatan spanduk promosi sebagai sarana identitas visual dan penyampaian informasi usaha bagi UMKM yang menghadapi keterbatasan media promosi. Adapun kegiatan di Desa Sodong Basari membuktikan bahwa pendampingan branding melalui pembuatan spanduk mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran pemilik usaha akan pentingnya promosi visual dalam menunjang daya saing produk. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya hanya mengulas spanduk sebagai satu komponen branding tanpa mengaitkannya dengan status legalitas usaha dari UMKM yang bersangkutan.

Berdasarkan penelusuran terhadap penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai NIB dan kajian mengenai spanduk sebagai media promosi visual masih cenderung dilakukan secara terpisah, dengan fokus dan objek UMKM yang berbeda-beda, serta belum banyak yang mengukur dampaknya secara kuantitatif melalui instrumen evaluasi yang terstandar. Sejauh penelusuran yang dilakukan, belum ditemukan kegiatan pendampingan yang mengintegrasikan penguatan legalitas usaha melalui NIB dan penguatan identitas visual melalui spanduk secara simultan pada kelompok UMKM yang sama. Oleh karena itu, kebaruan (novelty) dari kegiatan ini terletak pada pendekatan terpadu yang menggabungkan kedua aspek tersebut secara bersamaan

pada lima UMKM sasaran di Kelurahan Bungamas, yaitu Toko Chelsy, Anna's Bouquet, Gilang Cell, Pangkas Sukran, dan Warung Rara, disertai pengukuran hasil pendampingan menggunakan instrumen kuesioner evaluasi berskala Likert. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas pendampingan ganda tersebut dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang cenderung bersifat parsial.

Di Kelurahan Bungamas sendiri, para pelaku UMKM di tingkat akar rumput masih dihadapkan pada persoalan mendasar terkait legalitas usaha (Chaidana et al., 2026) dan minimnya media promosi visual (Irawan et al., 2026). Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas program pendampingan terpadu – yang mengintegrasikan pembuatan NIB dan penyediaan spanduk usaha – dalam memberdayakan UMKM di Kelurahan Bungamas. Melalui intervensi ini, para pelaku usaha diharapkan mampu memperluas visibilitas pasar, meningkatkan daya saing, serta memperkuat kemandirian ekonomi di tingkat daerah (Ramadhan et al., 2024).

Metode

Program pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM secara aktif dari tahap awal hingga evaluasi akhir guna mendorong peningkatan pengetahuan dan keterampilan praktik secara langsung. Kegiatan ini dilaksanakan di [lokasi/kelurahan/kecamatan – isi sesuai lokasi kegiatan]. Penentuan mitra dilakukan dengan teknik sampling jenuh (total sampling/census), yaitu seluruh populasi UMKM yang memenuhi kriteria – belum memiliki legalitas usaha (NIB), tidak memiliki penanda promosi fisik (spanduk), serta mengalami kendala administratif dalam birokrasi perizinan maupun desain visual – dijadikan mitra kegiatan. Karena populasi yang memenuhi kriteria tersebut berjumlah spesifik yaitu 5 (lima) UMKM, maka seluruh populasi tersebut sekaligus menjadi sampel kegiatan. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan dalam kurun waktu empat minggu.

Tahapan Pelaksanaan (Alur Kerja)

Pelaksanaan program pengabdian ini dibagi ke dalam tiga tahapan utama:

1. Tahap Persiapan (Minggu ke-1) – berfokus pada observasi lapangan dan identifikasi masalah. Tim meninjau langsung kondisi kelima UMKM sasaran untuk memeriksa status legalitas dan efektivitas promosi fisik mereka. Hasil pengamatan ini dijadikan landasan untuk merumuskan program kerja yang tepat sasaran, yakni fasilitasi perizinan dan pembuatan identitas visual.
2. Tahap Pelaksanaan (Minggu ke-2 hingga ke-3) – merupakan inti dari intervensi program, diawali dengan sosialisasi secara personal dan santai di lokasi usaha mitra untuk mengenalkan sistem Online Single Submission (OSS), manfaat Nomor Induk Berusaha (NIB), serta pentingnya branding melalui spanduk. Setelah sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan praktik secara langsung dan tatap muka, mencakup fasilitasi pembuatan akun OSS hingga sertifikat NIB berhasil dicetak, serta penguatan identitas visual mulai dari penentuan nama usaha, perancangan desain, hingga pencetakan dan pemasangan fisik spanduk di lokasi usaha.
3. Tahap Evaluasi (Minggu ke-4) – bertujuan mengukur tingkat keberhasilan program dan dampak nyata pasca-intervensi.

Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui dua instrumen: (1) observasi lapangan pada tahap persiapan untuk memetakan kondisi awal mitra, dan (2) kuesioner evaluasi (post-test) pada tahap akhir yang diisi langsung oleh mitra UMKM. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert 1-5 (1 = sangat tidak setuju/sangat rendah, hingga 5 = sangat setuju/sangat tinggi), terdiri atas 18 butir pernyataan yang mengukur empat indikator, yaitu:

- Pemahaman prosedur OSS/NIB
- Kesadaran branding usaha
- Persepsi kepercayaan diri dalam berwirausaha
- Kualitas pendampingan yang diterima

Teknik Analisis Data

Data hasil kuesioner dianalisis secara deskriptif menggunakan nilai rata-rata (mean) tiap indikator, kemudian dikategorikan ke dalam interval kelas. Penentuan interval kelas menggunakan rumus rentang skor sebagai berikut:

$$\text{Interval} = (\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}) / \text{Jumlah Kategori} = (5 - 1) / 3 = 1,33$$

Berdasarkan rumus tersebut, rata-rata skor dikelompokkan ke dalam tiga kategori sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kategori Interval Skor Evaluasi

Interval Skor	Kategori
1,00–2,33	Rendah
2,34–3,67	Sedang
3,68–5,00	Tinggi

Analisis ini bertujuan untuk melihat keberhasilan program tidak hanya dari sisi jumlah penerbitan NIB dan pemasangan spanduk, tetapi juga dari perubahan pemahaman, cara pandang, serta kesiapan mitra dalam mengembangkan usahanya secara legal dan profesional.

Hasil Dan Pembahasan

Keberhasilan program kerja pendampingan pembuatan legalitas usaha (NIB) dan penguatan terdapat dan mencetak dokumen NIB secara sah, (2) jumlah UMKM yang berhasil difasilitasi dalam pembuatan hingga pemasangan spanduk usaha, dan (3) peningkatan pemahaman mitra terhadap fungsi dokumen NIB serta peningkatan rasa percaya diri mitra setelah memiliki identitas visual usaha yang jelas.

Pada indikator pertama, kelima UMKM sasaran Toko Chelsy, Anna's Bouquet, Gilang Cell, Pangkas Sukran, dan Warung Rara berhasil menyelesaikan seluruh tahapan pendampingan pembuatan NIB, mulai dari registrasi akun pada sistem OSS, pengisian data usaha berbasis risiko, hingga penerbitan dan pencetakan sertifikat NIB secara mandiri, sehingga capaian pada indikator ini mencapai 5 dari 5 UMKM sasaran (100%). Temuan ini sejalan dengan hasil pendampingan di Desa Samirono yang mengidentifikasi minimnya sosialisasi sebagai penyebab utama pelaku UMKM menganggap prosedur NIB rumit (Tim Pelaksana KKN-T UIN Salatiga, 2025), serta di Kelurahan Kelayu Selatan yang menunjukkan peningkatan kesadaran legalitas usaha setelah pendampingan door to door (Bahri et al., 2025). Ketercapaian penuh pada program ini mengindikasikan bahwa strategi sosialisasi personal disertai

pendampingan tatap muka secara langsung sejalan dengan rekomendasi kejelasan panduan prosedural di Kelurahan Ballaparang (Purmono et al., 2026) efektif mengatasi hambatan literasi prosedural yang selama ini menjadi kendala utama dalam studi-studi sejenis. Keberhasilan ini juga memperkuat manfaat kepemilikan NIB yang dikemukakan sebelumnya, yaitu terbukanya akses fasilitas pemerintah dan pembiayaan formal bagi kelima mitra (Arifianto et al., 2023) Pada indikator kedua, kelima UMKM sasaran juga berhasil difasilitasi dalam menentukan nama usaha, pembuatan desain spanduk yang informatif (memuat nama usaha, logo sederhana, daftar produk, dan kontak), hingga proses pencetakan dan pemasangan spanduk di lokasi usaha masing-masing, dengan capaian yang sama yaitu 5 dari 5 UMKM sasaran (100%). Hasil ini konsisten dengan temuan pendampingan branding UMKM pangan rumahan di Kota Samarinda, yang menunjukkan spanduk usaha sebagai fondasi penting membangun branding yang lebih terstruktur serta dengan kegiatan di Desa Sodong Basari yang membuktikan pendampingan pembuatan spanduk mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran pemilik usaha akan pentingnya promosi visual bagi daya saing produk (Hakim et al., 2026). Namun demikian, apabila studi-studi tersebut umumnya berhenti pada tahap penyediaan spanduk sebagai output akhir, program ini melangkah lebih jauh dengan menjadikan penguatan identitas visual sebagai satu kesatuan dengan pemenuhan legalitas usaha – bukan intervensi yang berdiri sendiri seperti pada kegiatan serupa di Desa Teluk Bakau, Kabupaten Bintan, yang hanya berfokus pada aspek promosi visual tanpa menyentuh status legalitas mitra.

Ketercapaian penuh pada kedua indikator kuantitatif tersebut memperkuat argumen novelty yang diajukan dalam kajian ini: berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu yang cenderung menangani legalitas usaha dan identitas visual secara terpisah dan parsial (Tim Pelaksana KKN-T UIN Salatiga, (Bahri et al., 2025) pendekatan terpadu yang mengintegrasikan kedua aspek tersebut secara simultan pada kelompok UMKM yang sama terbukti mampu menghasilkan capaian maksimal pada kedua sisi sekaligus. Hal ini menunjukkan bahwa kepastian hukum dan visibilitas pasar bukan dua kebutuhan yang dapat dipenuhi secara bergantian, melainkan dua sisi yang saling memperkuat ketika ditangani dalam satu rangkaian intervensi. Adapun indikator ketiga, yaitu peningkatan pemahaman dan kepercayaan diri mitra, diukur melalui kuesioner evaluasi yang diisi oleh kelima mitra pada tahap akhir program; uraian instrumen dan hasil pengukurannya disajikan pada bagian berikut.

Proses Pelaksanaan Program Pendampingan Pembuatan NIB

Pelaksanaan pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi pelaku UMKM dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan tatap muka secara langsung. Rangkaian proses ini dirancang secara sistematis dan terbagi ke dalam tiga tahapan utama, yakni persiapan dan pengumpulan data, pendaftaran pada sistem *Online Single Submission* (OSS), serta pencetakan dan penyerahan dokumen. Pada tahap persiapan, yaitu melakukan pendekatan persuasif dengan mendatangi langsung lokasi usaha mitra UMKM. Kegiatan ini diawali dengan sosialisasi singkat mengenai urgensi dan manfaat NIB, seperti kemudahan akses permodalan dan legalitas usaha yang prosesnya tidak dipungut biaya. Selanjutnya, tim memverifikasi kelengkapan persyaratan administratif pelaku usaha, yang meliputi Kartu Tanda

Penduduk (KTP), nomor

telepon aktif, dan alamat surel (email). Apabila pelaku usaha belum memiliki email, tim memfasilitasi pembuatan akun baru khusus untuk pendaftaran. Bersamaan dengan itu, dilakukan identifikasi profil usaha seperti nama, alamat usaha, perkiraan modal awal, dan jenis produk atau jasa untuk menentukan kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) yang paling relevan.

Memasuki tahap pendaftaran, tim pengabdian bertindak sebagai pendamping teknis untuk mendaftarkan UMKM ke dalam sistem OSS Berbasis Risiko. Proses ini dimulai dengan pembuatan hak akses di laman resmi OSS menggunakan NIK guna mendapatkan kode verifikasi atau OTP. Setelah akun berhasil dibuat dan dapat diakses, tim pengabdian memandu pelaku usaha dalam mengisi kelengkapan data profil dan data usaha, termasuk detail luas lahan, kapasitas produksi, dan jumlah tenaga kerja. Tim juga memberikan pemahaman terkait persetujuan pernyataan mandiri yang disyaratkan oleh sistem. Setelah seluruh data tervalidasi, sistem akan memproses dan menerbitkan dokumen NIB secara digital. Tahap terakhir difokuskan pada pencetakan, penyerahan, dan edukasi lanjutan. Dokumen NIB yang telah diterbitkan dalam format digital kemudian diunduh dan dicetak untuk diserahkan secara langsung kepada pemilik usaha. Pada momen penyerahan ini, tim pengabdian memberikan edukasi terkait cara membaca dokumen perizinan tersebut dan menyerahkan data akses akun (nama pengguna dan kata sandi) agar pelaku usaha memiliki kendali penuh atas legalitas usahanya di masa depan. Seluruh rangkaian proses ini diakhiri dengan dokumentasi bersama sebagai bukti keberhasilan pelaksanaan intervensi.



Gambar 1. Proses pembuatan NIB

Evaluasi terhadap pelaksanaan program pendampingan pembuatan legalitas usaha (NIB) di Kelurahan Bungamas dilakukan melalui pengisian kuesioner oleh kelima pelaku UMKM mitra setelah seluruh rangkaian kegiatan pendampingan selesai dilaksanakan. Kuesioner terdiri atas delapan pernyataan yang diukur menggunakan skala Likert 1-5, dengan ketentuan skor 1 menyatakan sangat tidak setuju dan skor 5 menyatakan sangat setuju. Hasil jawaban responden kemudian dijumlahkan dan dirata-ratakan untuk setiap item, serta dihitung pula rata-rata keseluruhan sebagai gambaran umum tingkat keberhasilan program. Rekapitulasi hasil kuesioner dari kelima responden untuk setiap item pernyataan disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 2. Rekapitulasi Rata-Rata Skor Kuesioner Evaluasi Program Pendampingan NIB

No	Pernyataan	Total Skor	Ratarata	Kategori
1	Pemahaman pentingnya kepemilikan NIB bagi kelangsungan usaha	18	4,60	Tinggi
2	Pemahaman prosedur dan alur pendaftaran NIB melalui sistem OSS	20	4,00	Tinggi
3	Kejelasan penjelasan yang diberikan petugas/pendamping	23	4,60	Tinggi
4	Rasa terbantu dengan pendampingan langsung pembuatan akun dan pengisian data OSS	19	3,80	Tinggi
5	Teratasinya kendala teknis (jaringan, penggunaan <i>website</i> OSS, dll.)	18	3,60	Sedang
6	Efisiensi waktu penyelesaian proses pendaftaran NIB	19	3,80	Tinggi
7	Peningkatan kepercayaan diri mengurus legalitas usaha secara mandiri	20	4,00	Tinggi
8	Kepuasan keseluruhan terhadap pelaksanaan program pendampingan	25	5,00	Tinggi

Berdasarkan Tabel 2, skor rata-rata tertinggi terdapat pada item kepuasan keseluruhan terhadap pelaksanaan program, yaitu sebesar 5,00 (kategori tinggi), sementara skor terendah terdapat pada item penyelesaian kendala teknis seperti jaringan internet dan penggunaan *website* OSS, yaitu sebesar 3,60 (kategori sedang, mendekati batas atas menuju kategori tinggi). Ketujuh item lainnya seluruhnya berada pada kategori tinggi, dengan skor berkisar antara 3,80 hingga 4,60, sehingga rata-rata gabungan dari kedelapan item kuesioner adalah sebesar 4,175 – berdasarkan kategori interval skor evaluasi yang ditetapkan (Tabel 1), nilai ini termasuk kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum pelaku UMKM mitra memberikan penilaian yang sangat positif terhadap keseluruhan pelaksanaan program pendampingan.

Tingginya skor pada item pemahaman pentingnya NIB (4,60) dan kejelasan penjelasan pendamping (4,60) mengindikasikan bahwa pendekatan komunikasi yang santai dan tidak menggurui selama tahap sosialisasi dan pendampingan berhasil menjembatani kesenjangan pengetahuan mitra mengenai legalitas usaha. Mitra yang semula merasa tabu atau kurang memahami prosedur perizinan resmi kini memiliki pemahaman yang jauh lebih baik mengenai fungsi dan manfaat NIB bagi keberlangsungan usahanya. Item terkait kepercayaan diri untuk mengurus legalitas usaha secara mandiri di kemudian hari juga memperoleh skor tinggi (4,00), yang mengindikasikan bahwa program ini tidak hanya bersifat transaksional dalam menerbitkan dokumen

NIB, tetapi juga memberikan transfer pengetahuan dan keterampilan teknis penggunaan sistem OSS kepada mitra – sejalan dengan tujuan pendekatan partisipatif yang menjadikan mitra sebagai subjek aktif, bukan sekadar objek penerima layanan.

Adapun skor yang relatif lebih rendah pada item penyelesaian kendala teknis (3,60) menunjukkan bahwa kendala jaringan internet dan penggunaan sistem OSS masih menjadi tantangan tersendiri bagi sebagian mitra, meskipun secara umum masih dapat difasilitasi oleh tim pelaksana. Kondisi ini wajar mengingat keterbatasan infrastruktur digital di tingkat kelurahan serta minimnya pengalaman mitra dalam mengoperasikan aplikasi berbasis daring sebelumnya, dan menjadi catatan penting bagi program pendampingan serupa di masa mendatang agar lebih memperhatikan kesiapan infrastruktur jaringan maupun pendampingan teknis yang lebih intensif pada tahap pengisian data di sistem OSS.

Skor tertinggi pada item kepuasan keseluruhan (5,00) turut menegaskan bahwa integrasi antara fasilitasi legalitas usaha melalui NIB dan penguatan identitas visual melalui spanduk sebagai satu paket program pendampingan terpadu dinilai sangat bermanfaat oleh mitra – kombinasi antara kepastian hukum administratif dan penguatan citra usaha secara visual memberikan nilai tambah yang saling melengkapi bagi keberlangsungan dan daya saing UMKM di Kelurahan Bungamas.



Gambar 2. Hasil Pembuatan NIB

Berdasarkan uraian ketiga indikator keberhasilan tersebut – capaian legalitas usaha, capaian pemasangan identitas visual, dan hasil evaluasi kuesioner di atas – program pendampingan terpadu ini dapat dinyatakan berhasil mencapai seluruh tujuan yang ditetapkan pada tahap perencanaan, sekaligus memperkuat argumen bahwa pendekatan simultan antara legalitas dan branding visual memberi dampak yang lebih menyeluruh dibandingkan pendampingan parsial pada penelitian-penelitian terdahulu.

Proses Pelaksanaan Program Penguatan Identitas Visual Melalui Pembuatan Spanduk

Pelaksanaan program diawali dengan diskusi bersama masing-masing pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi yang akan ditampilkan pada spanduk. Tim bersama mitra menentukan nama usaha, jenis produk atau jasa yang ditawarkan, informasi kontak, serta konsep desain yang sesuai dengan karakteristik usaha. Setelah konsep disepakati, tim menyusun desain spanduk dengan memperhatikan pemilihan warna, ukuran huruf, tata letak informasi, dan unsur visual lainnya agar mudah

dibaca dan menarik perhatian calon konsumen.



Gambar 3. Sosialisasi Pembuatan Spanduk

Selanjutnya, desain yang telah disetujui dicetak melalui jasa percetakan, kemudian dilakukan pemasangan spanduk secara langsung di lokasi usaha masing-masing. Pemasangan dilakukan pada posisi yang mudah terlihat oleh masyarakat sehingga dapat berfungsi sebagai media informasi sekaligus penanda lokasi usaha. Setelah program kerja pembuatan spanduk dilaksanakan, kelima mitra telah memiliki spanduk usaha yang terpasang di lokasi usaha masing-masing, dengan elemen desain yang informatif, yaitu nama usaha, logo sederhana, daftar menu atau produk, serta kontak yang dapat dihubungi. Pencapaian ini sejalan dengan tujuan awal program kerja spanduk, yaitu memperkuat identitas usaha (*branding*), meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, serta menjadikan spanduk sebagai sarana penanda lokasi agar tempat usaha lebih mudah diketahui dan dikunjungi oleh masyarakat luas. Dengan tersedianya spanduk yang memuat identitas usaha secara jelas, kelima UMKM kini memiliki penanda visual permanen yang membedakan usahanya dari usaha sejenis di sekitarnya, sekaligus meningkatkan kredibilitas usaha di mata calon konsumen yang sebelumnya hanya mengenal usaha tersebut dari mulut ke mulut.

Keberhasilan kegiatan pembuatan spanduk dinilai melalui hasil observasi lapangan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Sebelum kegiatan dilaksanakan, seluruh lokasi usaha mitra belum memiliki penanda fisik berupa spanduk program berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu memperkuat identitas visual usaha, meningkatkan daya tarik produk, meningkatkan kredibilitas usaha, serta memudahkan masyarakat dalam mengenali dan menemukan lokasi usaha.

Tabel 3. Hasil Pelaksanaan Program Penguatan Identitas Visual Melalui Pembuatan Spanduk

No	Nama UMKM	Kondisi Sebelum	Tindakan	Kondisi Sesudah
1	Toko Chelsy	Belum memiliki spanduk usaha	Perancangan desain, pencetakan, dan pemasangan spanduk	Spanduk usaha telah terpasang di lokasi usaha
2	Anna's Bouquet	Belum memiliki spanduk usaha	Desain, pencetakan, dan pemasangan spanduk	Spanduk usaha telah terpasang di lokasi usaha
3	Gilang Cell	Belum memiliki spanduk usaha	Perancangan desain, pencetakan, dan pemasangan spanduk	Spanduk usaha telah terpasang di lokasi usaha
4	Pangkas Sukran	Belum memiliki spanduk usaha	Perancangan desain, pencetakan, dan pemasangan spanduk	Spanduk usaha telah terpasang di lokasi usaha
5	Warung Rara	Belum memiliki spanduk usaha	Perancangan desain, pencetakan, dan pemasangan spanduk	Spanduk usaha telah terpasang di lokasi usaha

Berdasarkan Tabel 3, seluruh UMKM sasaran berhasil difasilitasi dalam proses perancangan, pencetakan, hingga pemasangan spanduk usaha. Sebelum kegiatan dilaksanakan, seluruh mitra belum memiliki media promosi berupa spanduk sehingga identitas usaha belum terlihat secara jelas. Setelah program selesai, seluruh UMKM telah memiliki spanduk yang memuat identitas usaha secara lengkap sehingga masyarakat lebih mudah mengenali lokasi usaha maupun produk yang ditawarkan.



Gambar 4. Hasil Spanduk

Pencapaian tersebut sejalan dengan tujuan kegiatan, yaitu memperkuat identitas usaha (*branding*), meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, serta mempermudah masyarakat dalam menemukan lokasi usaha. Keberadaan spanduk juga memberikan kesan yang lebih profesional sehingga dapat meningkatkan kredibilitas usaha dan kepercayaan konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Hasil observasi lapangan menunjukkan adanya perubahan yang nyata antara kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan program, sehingga kegiatan penguatan identitas visual melalui pembuatan spanduk dapat dinyatakan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Kesimpulan

Program pendampingan terpadu pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan penguatan identitas visual melalui spanduk di Kelurahan Bungamas terbukti berhasil

mencapai seluruh indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Kelima UMKM sasaran kini telah memiliki sertifikat NIB yang diterbitkan melalui sistem Online dan juga

Single Submission (OSS), sehingga usaha mereka mendapatkan kepastian hukum dan berpeluang mengakses berbagai fasilitas pemerintah. Seluruh mitra juga telah memiliki spanduk usaha informatif yang terpasang di lokasi masing-masing, yang berdampak langsung pada penguatan branding dan kemudahan akses bagi calon konsumen. Hasil evaluasi partisipatif turut menunjukkan penilaian yang tinggi dan sangat positif dari mitra terhadap keseluruhan program, yang menandakan adanya peningkatan pemahaman, kemandirian, dan kepercayaan diri pelaku usaha.

Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan pendampingan yang memadukan pemenuhan legalitas administratif (NIB) dan penguatan identitas visual (branding) secara simultan terbukti lebih efektif dan solutif dibandingkan pendampingan parsial yang selama ini lazim diterapkan, karena mampu menjawab kebutuhan struktural (kepastian hukum) dan kebutuhan pasar (visibilitas) UMKM secara bersamaan. Pendekatan partisipatif yang diterapkan juga terbukti efektif menjembatani kesenjangan literasi digital mitra dalam mengakses layanan perizinan berbasis daring.

Meskipun demikian, program ini memiliki keterbatasan pada durasi pendampingan yang relatif singkat (empat minggu) serta jumlah mitra sasaran yang terbatas pada 5 UMKM, sehingga dampak jangka panjang dan generalisasi hasil pada cakupan yang lebih luas masih perlu dikaji lebih lanjut.

Saran

Berdasarkan dinamika dan hasil pelaksanaan program di lapangan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan demi keberlanjutan pengembangan UMKM:

1. Mengingat adanya kendala teknis terkait jaringan internet dan operasional sistem OSS, pemerintah kelurahan atau aparat desa setempat disarankan menyediakan fasilitas layanan pendampingan administrasi digital atau titik akses internet (Wi-Fi) terpusat guna membantu warga yang kesulitan mengakses layanan publik berbasis daring.
2. Bagi para pelaku UMKM, dokumen NIB dan spanduk yang telah dimiliki hendaknya dijaga dan dimanfaatkan secara optimal sebagai langkah awal untuk memperluas pangsa pasar dan mengakses program bantuan modal dari pemerintah maupun lembaga keuangan resmi. Kegiatan literasi digital dasar bagi masyarakat pedesaan perlu terus digalakkan secara berkelanjutan oleh berbagai pihak, agar transformasi birokrasi perizinan digital tidak lagi menjadi hambatan, melainkan kemudahan bagi pelaku usaha mikro.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Universitas Bengkulu yang telah memberikan dukungan sehingga tim pengabdian dapat melaksanakan kegiatan ini. Apresiasi yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat terutama Lurah Bungamas, staff kelurahan, para ketua RT, tokoh Masyarakat dan seluruh Masyarakat atas kerjasamanya sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

Daftar Pustaka

- Akbar, M., Setiawan, W. K., Pramesti, P., Tyas, H., & Jesseniako, R. (2026). *Pemberdayaan UMKM melalui Pemetaan Digital dan Legalitas Usaha di Desa Gedangan*. 7(2), 422–428. <https://doi.org/10.54951/comsep.v7i2.1316>
- Annisa, E., Merlyana, A., Alfattah, D. A., Gea, I. J., Putri, R. M., & Economics, D. (2025). *Revitalizing MSMEs in the Digital Age: Strengthening Brand Identity and Digital Payment Ecosystem at Siomay Batagor Tirtayasa Business*. 3(01), 56–62.
- Arifianto, D., Kom, M., & Prabowo, H. G. (2023). *Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha Dan Branding Umkm Di Desa Sumber Jeruk Jember*. 2(1), 9–15.
- Aula, K. H., Maulida, D., Purwaningrum, D. A., & Mukaromah, A. (2025). *Peran legalitas NIB terhadap efektivitas operasional dan akses fasilitas pemerintah pada UMKM Desa Samirono*. 2(3), 221–227.
- Bahri, S. Y., Affandy, Y., & Shanty, N. H. (2025). *Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Bagi UMKM Kelurahan Kelayu Selatan Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur Establishment of Business Identification Number (NIB) for Micro , Small , and Medium Enterprises (MSMEs) in Kelayu Selatan V*.
- Fadilah, N., Syifa, N., & Ilhama, N. (2025). *Pentingnya Pengurusan NIB Sebagai Instrumen Legalitas Usaha : Studi Pada UMKM Jellicious dalam Bingkai Hukum Bisnis*. 2(2), 38–41.
- Hafid, & Zainal, K. M. (2023). *Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha sebagai Pendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Lorong Wisata*. 01(01), 42–46.
- Hakim, M. A., Rahman, Selvi Rahayu Nurdin, W., & Rahmadani, S. (2026). *Pendampingan Pengembangan UMKM Melalui Pembuatan Nomor Induk*. 4, 451–456.
- Irawan, F. R., Sundari, D. R., Andini, Z. P., Hidayati, N., Mutmainah, S., Purie, A. T., Umi, S., Studi, P., Elektro, T., Teknik, F., Maritim, U., Ali, R., Riau, K., Pendidikan, I., Maritim, U., Ali, R., Riau, K., Maritim, U., Ali, R., ... Riau, K. (2026). *Branding UMKM dalam Membantu Akses Pasar Melalui Spanduk , QRIS , dan Google Maps*. 12, 277–286.
- Nugraha, Bintarti, S., & Rifai, A. M. (2026). *Strategi Pemasaran dan Pengelolaan UMKM Disabilitas Produktif dan Mandiri di Kabupaten Bekasi*. *Jurnal Pengabdian Pelita Insani*, 3.
- Purmono, B. B., Mulyani, D. A., & Jecilia, L. (2026). *Pelatihan Menjadi Agen Penjual Produk UMKM (Affiliate Marketing) Pada Aplikasi Shopee Dan Pembuatan Akun Facebook*. 5(2), 665–670.
- Ramadhan, M. L., Wijonarko, P., Kom, S., Marchella, M. K. S., Zain, Z. N., Zianti, N. R., Aprilia, L., & Devin, J. (2024). *DESAIN BRANDING LOGO, MENU, SPANDUK, BANNER UMKM DI KANTIN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 JAKARTA*. 2(2).
- Ratna, L. S., Sinaga, G. L., Wirawan, A. P., Fadh, M. R., Pratama, A. S., Atmaja, S., Amalia, P., Pradani, R. C., Auliya, D. P., Hukum, P. S., Hukum, F., Balikpapan, U., Dk, P. S., Vokasi, F., Balikpapan, U., Studi, P., Mesin, T., Teknologi, F., Balikpapan, U., ... Balikpapan, U. (2025). *Optimalisasi Promosi UMKM Sepiangan Baru Melalui Pemasangan Banner KKN*. (April).
- Rosidah, I., Febriansyah, G., Ukat, M. L., Hidayatul, N., Mahiira, T. C., Toriq, V., Rohman, H., & Wiranegara, U. P. (2024). *Dinamika Sosial : Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Transformasi Kesejahteraan Pengembangan Website UMKM untuk Meningkatkan Visibilitas di Kelurahan Karanganyar Kota Pasuruan Development of the UMKM Website to Increase Visibility in the Karanganyar Sub-Dis*. (3).
- Suci, Ramadhani, D. A., Ikrom, M., & Muda, L. (2025). *Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia*.