

Pemberdayaan UMKM Melalui Pendampingan Legalitas, Sertifikasi Halal, dan Penguatan Branding Produk di Desa Palurahan Kecamatan Kaduhejo

Muhamad Wildan Adha^{1*}, Dimas Eka Nasyah², Mohammad Hifni³

¹⁻³Hukum, Universitas Bina Bangsa, Jalan Raya Serang-Jakarta KM. 03 No. 1B, Pakupatan, Kelurahan Panancangan, Kecamatan Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten

E-mail: wildanadha10@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7637>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 18 July 2026

Revised: 25 July 2026

Accepted: 07 Aug 2026

Kata Kunci:

UMKM, Legalitas
Usaha, NIB, Sertifikasi
Halal, Branding Produk

Keywords:

*MSMEs, Business
Legality, NIB, Halal
Certification, Product
Branding*

ABSTRACT

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi penopang ekonomi desa, namun masih terkendala legalitas usaha, sertifikat halal, dan branding produk. Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Universitas Bina Bangsa di Desa Palurahan, Kecamatan Kaduhejo, Kabupaten Pandeglang, Banten (Juli–Agustus 2026) melaksanakan program pemberdayaan UMKM melalui pendampingan Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, dan penguatan branding. Sasaran kegiatan meliputi lima UMKM: Degan Jelly Zaqil, Aneka Kue Tradisional Hj. Eulis, Jamu Mba Ayu, Sera Sukun 72, dan Roti Al-Fatihsyah. Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan pendampingan bertahap. Hasilnya, dua UMKM memperoleh NIB melalui OSS, dua UMKM mengajukan sertifikasi halal skema self declare, dan seluruh UMKM memperoleh banner sebagai identitas visual. Pendampingan ini terbukti meningkatkan legalitas dan daya saing UMKM, meskipun capaiannya berbeda sesuai kesiapan dokumen dan kemampuan digital pelaku usaha.

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) serve as the backbone of the village economy, yet they still face challenges regarding business legality, halal certification, and product branding. As part of the Bina Bangsa University Student Community Service (KKM) program in Palurahan Village, Kaduhejo District, Pandeglang Regency, Banten (July–August 2026), an MSME empowerment initiative was implemented, providing assistance with obtaining the Business Identification Number (NIB) and halal certification, as well as strengthening branding. The activity targeted five MSMEs: Degan Jelly Zaqil, Aneka Kue Tradisional Hj. Eulis, Jamu Mba Ayu, Sera Sukun 72, and Roti Al-Fatihsyah. The methods employed included observation, interviews, and phased assistance. The results showed that two MSMEs obtained their NIBs via the OSS system, two applied for halal certification under the self-declaration scheme, and all five received banners to serve as visual identities. This assistance proved effective in enhancing the legality and competitiveness of the MSMEs, although outcomes varied depending on the state of their documentation and the business owners' digital proficiency.



This is an open access article under the CC–BY-SA license.



How to Cite: Muhamad Wildan Adha, et al (2026). Pemberdayaan UMKM Melalui Pendampingan Legalitas, Sertifikasi Halal, dan Penguatan Branding Produk di Desa Palurahan Kecamatan Kaduhejo, 5(1) 2668-2673. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7637>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian nasional maupun perekonomian di tingkat desa, mulai dari penyerapan tenaga kerja hingga pemerataan pendapatan masyarakat. Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah terus mendorong transformasi digital dan penguatan daya saing produk lokal sebagai bagian dari strategi pengembangan UMKM ke depan (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023).

Namun demikian, banyak pelaku UMKM di tingkat desa yang belum memanfaatkan potensi tersebut secara optimal karena masih terkendala pada tiga hal mendasar, yaitu legalitas usaha, sertifikasi halal produk, dan lemahnya identitas visual atau branding. Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu wujud Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 11 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, yaitu kegiatan civitas akademika yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat. Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) menjadi wahana bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan secara langsung di tengah masyarakat, sekaligus menjadi sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui program-program yang relevan dengan kebutuhan warga setempat (Hifni & Irwanto, 2025). Persoalan legalitas usaha menjadi salah satu hambatan klasik bagi pelaku UMKM di berbagai daerah. Banyak pelaku usaha mikro belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) karena keterbatasan pemahaman teknologi, anggapan proses yang rumit, maupun rendahnya urgensi yang dirasakan pelaku usaha (Diana et al., 2022; Wulandari & Budiantara, 2022). Padahal, NIB yang diterbitkan melalui sistem Online Single Submission (OSS) berfungsi sebagai identitas resmi pelaku usaha sekaligus membuka akses terhadap pembiayaan, pelatihan, dan perluasan pasar (Budiarto et al., 2022; Yeni et al., 2021). Selain legalitas usaha, kewajiban sertifikasi halal bagi produk pangan sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal juga masih menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM, terutama karena rendahnya literasi terhadap skema self declare yang sebenarnya telah difasilitasi secara gratis oleh pemerintah melalui program Sertifikasi Halal Gratis atau SEHATI (Pardiansyah et al., 2022; Ilham, 2022). Pendampingan yang intensif terbukti mampu meningkatkan jumlah UMKM yang berhasil mengurus sertifikat halal secara mandiri (Irwanto, 2023; Gunawan et al., 2020).

Persoalan lain yang tidak kalah penting adalah lemahnya identitas visual atau branding produk UMKM, seperti ketiadaan logo, kemasan yang belum menarik, dan minimnya media promosi. Kondisi ini menyebabkan produk UMKM sulit bersaing dengan produk-produk yang telah memiliki identitas merek yang jelas di pasar modern (Sofwan et al., 2026). Penguatan branding melalui pembuatan logo, perbaikan kemasan, dan penyediaan media promosi seperti banner terbukti mampu meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha serta memperluas jangkauan pemasaran produk (Ulva et al., 2023; Firdaus et al., 2025; Riyanto, 2024).

Berdasarkan hasil observasi awal, kondisi tersebut juga ditemukan pada pelaku UMKM di Desa Palurahan, Kecamatan Kaduhejo, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Sebagian besar UMKM di desa ini belum memiliki NIB, belum memiliki sertifikat halal, serta belum memiliki identitas visual usaha yang memadai untuk mendukung pemasaran produk. Atas dasar permasalahan tersebut, mahasiswa KKM Universitas Bina Bangsa melaksanakan program kerja bidang ekonomi berupa pemberdayaan UMKM melalui pendampingan legalitas usaha, sertifikasi halal, dan penguatan branding produk terhadap 5 (lima) UMKM mitra, yaitu Degan Jelly Zaqil, Aneka Kue Tradisional Hj. Eulis, Jamu Mbak Ayu, Sera Sukun 72, dan Roti Al-Fatihsyah. Artikel ini disusun untuk mendokumentasikan proses pelaksanaan serta hasil dari kegiatan pendampingan tersebut.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Palurahan, Kecamatan Kaduhejo, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten pada periode Juli-Agustus 2026 oleh mahasiswa KKM Universitas Bina Bangsa. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah observasi dan wawancara langsung kepada pelaku UMKM setempat untuk mengidentifikasi permasalahan terkait legalitas usaha, status sertifikasi halal, dan kondisi branding produk. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, ditetapkan 5 (lima) UMKM sebagai mitra kegiatan, yaitu Degan Jelly Zaqil, Aneka Kue Tradisional Hj. Eulis, Jamu Mba Ayu, Sera Sukun 72, dan Roti Al-Fatihsyah. Tahap kedua adalah pelaksanaan pendampingan yang terbagi ke dalam tiga fokus kegiatan, yaitu: (1) pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS); (2) pendampingan pendaftaran sertifikasi halal dengan skema self declare; dan (3) penguatan branding produk melalui pembuatan logo, daftar menu, dan banner usaha. Pendampingan dilakukan secara langsung (tatap muka) kepada masing-masing pelaku UMKM dengan pendekatan partisipatif, di mana pelaku usaha dilibatkan secara aktif dalam setiap proses, mulai dari pengumpulan data usaha, pengisian formulir daring, hingga penentuan desain identitas visual produk. Tahap ketiga adalah evaluasi, yaitu

memantau capaian dari masing-masing kegiatan pendampingan pada akhir periode KKM untuk mengetahui jumlah UMKM yang berhasil memperoleh NIB, mengajukan sertifikasi halal, dan menerima media branding baru. Data yang digunakan dalam artikel ini bersumber dari hasil observasi, wawancara dengan pelaku UMKM, serta dokumentasi kegiatan pendampingan yang dilakukan selama periode KKM berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Legalitas Usaha Melalui Nomor Induk Berusaha (NIB) Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar dari 5 UMKM mitra belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sehingga status legalitas usahanya belum terdaftar secara resmi pada sistem Online Single Submission (OSS). Kondisi ini sejalan dengan temuan pada kegiatan pengabdian serupa di berbagai daerah, yang menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha mikro belum mengurus NIB karena keterbatasan pemahaman terhadap sistem digital serta anggapan bahwa proses pengurusannya rumit (Diana et al., 2022; Wulandari & Budiantara, 2022). Mahasiswa KKM memberikan pendampingan langsung kepada kelima pelaku UMKM dalam pembuatan akun OSS, pengisian data usaha, hingga penerbitan NIB, sebagaimana pola pendampingan yang juga diterapkan pada kegiatan pengabdian di berbagai wilayah lain (Budiarto et al., 2022; Yeni et al., 2021). Hasil dari pendampingan ini menunjukkan bahwa 2 dari 5 UMKM mitra berhasil memperoleh NIB hingga akhir periode kegiatan, sedangkan 3 UMKM lainnya masih dalam proses karena membutuhkan kelengkapan dokumen kependudukan dan pendampingan lanjutan. Capaian ini menegaskan bahwa pendampingan intensif efektif mendorong legalitas usaha, meskipun keberhasilannya tetap bergantung pada kesiapan dokumen dan tingkat pemahaman digital masing-masing pelaku usaha, sebagaimana juga ditemukan pada penelitian sejenis (Budiarto et al., 2022).

Pendampingan Sertifikasi Halal Selain persoalan legalitas usaha, kelima UMKM mitra juga belum memiliki sertifikat halal atas produk yang dipasarkan, meskipun seluruh produk merupakan produk pangan olahan yang dikonsumsi masyarakat secara luas. Hal ini sejalan dengan kondisi umum yang ditemukan pada UMKM di berbagai daerah, di mana rendahnya literasi terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) dengan skema self declare menjadi salah satu penyebab utama minimnya kepemilikan sertifikat halal pada produk UMKM (Pardiansyah et al., 2022; Ilham, 2022). Mahasiswa KKM memberikan sosialisasi mengenai pentingnya sertifikasi halal serta pendampingan teknis pendaftaran melalui sistem SIHALAL, meliputi aktivasi akun, pengisian data produk dan bahan baku, hingga pengajuan dokumen, sebagaimana pola pendampingan yang diterapkan pada kegiatan pengabdian serupa (Irwanto, 2023; Gunawan et al., 2020). Hasil pendampingan menunjukkan bahwa 2 dari 5 UMKM mitra berhasil menyelesaikan proses pengajuan pendaftaran sertifikasi halal dengan skema self declare, sementara 3 UMKM lainnya masih dalam tahap kelengkapan data produk. Pencapaian ini menunjukkan bahwa pendampingan langsung mampu mendorong kesadaran dan kesiapan pelaku UMKM dalam mengurus sertifikasi halal, sejalan dengan hasil kegiatan pendampingan di lokasi lain yang juga menunjukkan peningkatan jumlah UMKM yang mengajukan sertifikasi halal setelah mendapat pendampingan intensif (Pardiansyah et al., 2022).

Penguatan Branding Produk Permasalahan ketiga yang ditemukan adalah lemahnya identitas visual produk pada kelima UMKM mitra, seperti ketiadaan logo usaha, kemasan yang masih sederhana, dan minimnya media promosi. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan pada kegiatan pengabdian di berbagai wilayah, yang menunjukkan bahwa ketiadaan identitas visual atau branding yang jelas menjadi salah satu faktor yang membatasi daya saing dan jangkauan pemasaran produk UMKM (Sofwan et al., 2026). Untuk mengatasi permasalahan tersebut, mahasiswa KKM melakukan pendampingan pembuatan logo dan penataan kemasan produk bagi kelima UMKM mitra, serta menyediakan banner usaha sebagai media promosi dan identitas visual di lokasi usaha masing-masing, mengacu pada pola kegiatan penguatan branding yang telah dilakukan pada UMKM serupa di berbagai daerah (Ulva et al., 2023; Firdaus et al., 2025; Riyanto, 2024). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh 5 UMKM mitra, yaitu Degan Jelly Zaqil, Aneka Kue Tradisional Hj. Eulis, Jamu Mba Ayu, Sera Sukun 72, dan Roti Al-Fatihsyah, berhasil memperoleh banner usaha baru sebagai identitas visual produk. Pencapaian ini menunjukkan bahwa penguatan branding relatif lebih mudah diterapkan secara merata dibandingkan pendampingan legalitas dan sertifikasi halal, karena tidak bergantung pada proses administrasi pemerintah dan dapat langsung dirasakan manfaatnya oleh pelaku usaha, sebagaimana juga ditemukan pada kegiatan pengabdian branding UMKM di lokasi lain (Firdaus et al., 2025).



Gambar 1. Website Sistem Perizinan Usaha Terintegrasi

Implementasi website OSS memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat dan dunia usaha. Digitalisasi layanan perizinan mampu meningkatkan efisiensi waktu dan biaya karena seluruh proses dilakukan secara elektronik tanpa harus datang ke kantor pelayanan. Selain itu, sistem OSS meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kepastian hukum melalui mekanisme pelayanan yang terdokumentasi secara digital. Integrasi data antarlembaga juga mengurangi duplikasi persyaratan administrasi sehingga pelayanan menjadi lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan pelaku usaha. Meskipun demikian, implementasi OSS masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan literasi digital sebagian pelaku UMKM, kualitas jaringan internet yang belum merata, serta perlunya pendampingan dalam menentukan KBLI dan memenuhi persyaratan perizinan berbasis risiko. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPSTP), perguruan tinggi, serta berbagai pemangku kepentingan untuk memberikan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan kepada masyarakat agar mampu memanfaatkan sistem OSS secara optimal. Dengan demikian, website OSS merupakan inovasi pelayanan publik berbasis digital yang berperan penting dalam meningkatkan kualitas tata kelola perizinan berusaha di Indonesia. Melalui kemudahan penerbitan NIB secara cepat, mudah, dan terintegrasi, OSS diharapkan mampu mendorong legalitas usaha, meningkatkan daya saing UMKM, memperluas investasi, serta mempercepat pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.



Gambar 2. Penguatan Branding UMKM (Pemasangan Banner)



Gambar 3. Penguatan Branding UMKM (Pemberian flyer daftar menu)

Kegiatan penguatan branding UMKM dilakukan melalui pemasangan banner usaha serta pemberian flyer daftar menu sebagai upaya meningkatkan identitas dan daya tarik usaha di mata konsumen. Banner dipasang pada lokasi usaha dengan desain yang menampilkan nama usaha, logo, produk unggulan, serta informasi kontak sehingga lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Sementara itu, flyer daftar menu disusun secara informatif dan menarik dengan mencantumkan variasi produk, harga,

serta layanan yang tersedia untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk. Melalui kegiatan ini, UMKM diharapkan memiliki citra usaha yang lebih profesional, meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperluas jangkauan pemasaran, serta memperkuat daya saing di tengah perkembangan pasar yang semakin kompetitif. Selain mendukung promosi secara langsung, media branding tersebut juga menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan nilai tambah bagi pelaku UMKM.

SIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pendampingan legalitas usaha, sertifikasi halal, dan penguatan branding produk yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKM Universitas Bina Bangsa di Desa Palurahan, Kecamatan Kaduhejo, Kabupaten Pandeglang telah berjalan dengan baik. Dari 5 UMKM mitra, 2 UMKM berhasil memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB), 2 UMKM berhasil mengajukan pendaftaran sertifikasi halal dengan skema self declare, dan seluruh 5 UMKM memperoleh banner usaha sebagai identitas visual baru. Hasil ini menunjukkan bahwa pendampingan langsung dan berkelanjutan berkontribusi terhadap peningkatan legalitas dan daya saing UMKM, meskipun capaian antar aspek pendampingan masih bervariasi karena perbedaan tingkat kesiapan dokumen dan pemahaman digital masing-masing pelaku usaha.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui Website Online Single Submission (OSS) dapat terlaksana dengan baik. Apresiasi disampaikan kepada Pemerintah Desa beserta perangkat desa yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan, para pelaku UMKM dan masyarakat yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap rangkaian pendampingan, serta Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) atas informasi dan dukungan terkait layanan perizinan berusaha. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pimpinan perguruan tinggi, dosen pembimbing, mahasiswa, dan seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi berupa tenaga, pemikiran, maupun kerja sama sehingga program ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat bagi peningkatan legalitas usaha serta pengembangan UMKM di masyarakat.

REFERENSI

- Al Hafiz, R., Lathiefah, A. I., MP, E. N., Setiadi, J. A. N., & Marcella, A. W. (2024). Sosialisasi dan pendampingan digital marketing kepada UMKM produk “Rengginang Sakti” Desa Badran dalam rangka memperluas pangsa pasar. *Jurnal Bina Desa*, 6(2), 244–250.
- Andrina, A., et al. (2023). Branding sebagai upaya komersialisasi usaha rumahan fashion. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 5(1), 81–94.
- Athief, F. H. N., Rizki, D., & Muslimah, A. A. B. (2022). Analisa program Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dalam memfasilitasi sertifikat halal bagi UMKM di Surakarta. *Indonesia Journal of Halal*, 5(2), 96–105.
- Ayuningrum, A. N., & Srinanda, D. A. (2021). Pendampingan branding UMKM dalam rangka pendirian usaha mandiri di Desa Donomulyo Kabupaten Malang. *Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, dan Pengelolaan Pendidikan*, 1(12), 948–952.
- Donna, D. R., Dono, N. D., & Ahnaf, M. I. (2025). Evaluasi dampak sertifikasi halal pada UMKM produsen makanan dan minuman anggota Desa Preneur Model K45PAK. *Indonesia Journal of Halal*, 8(1).
- Hafiz, R. A., et al. (2024). Penguatan branding UMKM melalui desain identitas produk dan pemanfaatan media digital. *Jurnal Bina Desa*, 6(2).
- Purwanti. (2024). Digitalisasi dan legalisasi UMKM Desa Langenharjo Kabupaten Kediri. *Jurnal Abdimas*.
- Putri, V. P., & Andharini, S. N. (2023). Pendampingan UMKM dalam memenuhi persyaratan sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 7(2).
- Rachmadani, W. S., Margunani, & Rachmadi, M. F. (2023). Assistance and digitalization of MSMEs based on optimization of digital promotional content creation. *Indonesian Journal of Devotion*

and Empowerment, 5(2).

- Rahayu, S. A. P., & Puteri, D. S. (2024). Optimizing the use of Online Single Submission to accelerate business licensing for micro enterprises. *Indonesian Journal of Legal Community Engagement*, 7(1), 45–66.
- Santoso, B., Hufad, A., Wahyudin, U., & Inoue, H. (2024). Digital literacy transformation: Digital marketing competence for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). *Journal of Nonformal Education*, 10(2), 332–342.
- Siboro, D. R. B., Prasetya, H. A., Oktavianti, M. E., Maysalwa, F. A., & Az Zahra, A. N. (2023). Pendampingan pemanfaatan digital marketing dalam strategi pemasaran Marning sebagai produk lokal unggulan. *Jurnal Bina Desa*, 5(1).
- Sukaesih, S., Maurellita, F. A. A., Rohmiyati, E., Halizha, C. A., & Ve, M. V. (2026). Pendampingan pemasaran digital branding bagi UMKM di Desa Candi Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. *Jurnal Bina Desa*, 8(1).
- Susilowati, N., Khoir, H. S., Rizqiyah, F., Syafiyah, A., & Aditama, M. V. (2024). Pendampingan digital marketing dan strategi branding produk Shibori Sidomaju Desa Kenteng dalam rangka perluasan pangsa pasar. *Jurnal Bina Desa*, 6(1).
- Syari, A. Y., Imtinan, H. A., Yasmin, G. M., & Wiryanto, F. S. (2025). Peran sertifikasi halal pada UMKM dalam memperkuat ekonomi syariah di Indonesia. *Journal of Halal Industry Studies*, 4(1), 1–13.
- Wahyuni, H. C., Handayani, P., & Wulandari, T. (2023). Pendampingan sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing produk UMKM. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).