

PENINGKATAN KAPASITAS UMKM MELALUI PELATIHAN PIRT, DESAIN KEMASAN, DAN DIGITALISASI PRODUK LOKAL DI WILAYAH PERDESAAN

Anggi Anggraeni¹, Restu Rianingsih², Ainun Latifa Nisa³, Muhammad Nabiil Muzaffar⁴, Reza Fathurrahman⁵, Najah Najia Fakhri⁶, Gita Rahma⁷, Eneng Sipa Paujia⁸, Nur Rahayuningsih^{9*}, Ujang Enas¹⁰

¹⁻¹⁰Universitas Bakti Tunas Husada

Email Korespondensi: nurrahayuningsih@universitas-bth.ac.id

Disubmit: 15 Agustus 2025

Diterima: 22 September 2025

Diterbitkan: 01 Oktober 2025

Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v8i10.22128>

ABSTRAK

Program pelatihan yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN-T MBKM di Desa Sukaratu, Dusun Pirusa, bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui penguatan aspek legalitas usaha (melalui pendampingan NIB dan PIRT), desain kemasan, serta digitalisasi produk. Metode yang digunakan mencakup penyuluhan, praktik langsung, dan pendampingan berbasis media visual dengan 41 peserta dari berbagai latar belakang. Hasil evaluasi melalui pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan skor rata-rata dari 62,07 menjadi 80,73, dengan 92,68% peserta mengalami peningkatan pengetahuan. Pelatihan ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap legalitas produk, daya tarik visual kemasan, serta strategi pemasaran digital, yang secara keseluruhan berkontribusi terhadap daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

Kata Kunci: UMKM, Legalitas Usaha, PIRT, Kemasan, Digitalisasi, Pelatihan

ABSTRACT

A community service training program conducted by KKN-T MBKM students in Sukaratu Village, Pirusa Hamlet, aimed to enhance the capacity of MSME actors by strengthening business legality (through NIB and PIRT assistance), packaging design, and product digitalization. The methods involved education sessions, hands-on practices, and visual media-based mentoring for 41 participants from diverse backgrounds. Evaluation using pre-test and post-test showed an average score increase from 62.07 to 80.73, with 92.68% of participants experiencing improved knowledge. This training proved effective in enhancing MSME actors' understanding of product legality, visual packaging appeal, and digital marketing strategies, all of which contribute to their business competitiveness and sustainability.

Keywords: *Msmes, Business Legality, PIRT Certification, Packaging Design, Digitalization, Training*

1. PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah pendorong utama pertumbuhan ekonomi nasional. Peran ini sangat penting di negara berkembang seperti Indonesia, tetapi juga di negara maju, mengingat kontribusinya dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta mendorong inovasi di berbagai sektor ekonomi. Menurut informasi dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI (2021), UMKM dapat menyerap sekitar 97% tenaga kerja di tanah air dan memberikan kontribusi sekitar 60,4% dari total investasi di Indonesia. Kontribusi signifikan ini menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian sekaligus penggerak utama dalam peningkatan kesejahteraan Masyarakat (Listiawati *et al.*, 2023).

Di era digital, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengubah cara orang berinteraksi satu sama lain, termasuk bisnis. Internet sekarang bukan hanya tempat untuk mencari informasi menjadi platform strategis bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk secara lebih luas, cepat, dan efisien, sehingga mampu mengejar pasar regional dan bahkan nasional (Maulana *et al.*, 2024). UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dengan mendorong lapangan kerja dan pendapatan masyarakat, serta pengurangan tingkat pengangguran, khususnya di wilayah pedesaan yang sering menjadi basis utama kegiatan usaha sektor ini (Pratama *et al.*, 2023). UMKM mempunyai peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pengurangan pengangguran di wilayah pedesaan (Saing *et al.*, 2023).

Produk makanan khas dari pedesaan memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah yang dapat meningkatkan nilai ekonomi. Namun, potensi ini belum dimanfaatkan secara maksimal karena masih rendahnya pemanfaatan teknologi dalam kegiatan pemasaran. Di samping itu, pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di industri pangan tradisional desa umumnya belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai konsep branding dan desain kemasan yang menarik, sehingga produk mereka kurang mampu bersaing di pasar yang kian kompetitif (Nugraha Dadan, 2025).

Di daerah pedesaan, usaha kecil dan menengah (UMKM) berperan sebagai penggerak ekonomi lokal. Namun, mereka masih menghadapi banyak tantangan, seperti keterbatasan pemahaman legalitas produk seperti Perizinan Produk Industri Rumah Tangga (PIRT), kurangnya kesadaran terhadap pentingnya desain kemasan yang kompetitif, serta rendahnya literasi digital dalam pemasaran daring. Hambatan-hambatan tersebut menyebabkan produk UMKM menjadi kurang kompetitif dan memiliki daya saing rendah di pasar yang lebih luas (Anjani *et al.*, 2021).

Legalitas produk menjadi aspek krusial dalam mendukung perkembangan UMKM secara berkelanjutan. Salah satu bentuk legalitas yang wajib dimiliki pelaku usaha adalah Nomor Induk Berusaha (NIB), yang berfungsi sebagai identitas resmi bagi usaha tersebut. NIB memberikan sejumlah manfaat, seperti perlindungan hukum, kemudahan dalam mengikuti pelatihan dan program bantuan pemerintah, serta membuka akses terhadap pendanaan usaha. Untuk melakukan proses ini proses lebih mudah, pemerintah telah menyediakan layanan pendaftaran daring melalui sistem Online Single Submission (OSS). Pemerintah telah menyediakan layanan

pendaftaran daring melalui sistem OSS. Selain itu, kepemilikan Sertifikat PIRT juga menjadi syarat utama agar produk pangan skala rumah tangga dapat dipasarkan secara sah dan menjangkau pasar yang lebih luas (Darodjat et al., 2024).

Desain kemasan tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan, tetapi juga sebagai alat komunikasi dan promosi yang efektif untuk menarik pelanggan dan mempromosikan produk Perusahaan. Namun, kesadaran akan pentingnya desain kemasan ini masih rendah di kalangan pelaku UMKM di wilayah perdesaan, sehingga banyak produk yang belum memiliki tampilan visual yang menarik maupun identitas merek yang jelas (Putra et al., 2023).

Sementara itu, digitalisasi menjadi salah satu strategi kunci untuk memperluas jangkauan pasar UMKM di daerah perdesaan. Pemasaran digital telah terbukti efektif dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlihatan produk UMKM secara terverifikasi dengan memanfaatkan media sosial, platform e-commerce yang berani, platform e-commerce dan strategi optimasi SEO. Strategi optimasi SEO (Search Engine Optimization) (Hikmah & Wijaya, 2023). Melalui pemanfaatan media sosial dan platform marketplace, pelaku usaha dapat meningkatkan eksposur produk, menjangkau pasar yang lebih luas, serta mendorong peningkatan penjualan (Prasetyo et al., 2024).

Selain legalitas dan pengemasan, digitalisasi menjadi strategi terpenting untuk mendongkrak pangsa pasar UMKM. Strategi terpenting untuk meningkatkan pangsa pasar UMKM. Platform media dan pasar memungkinkan bisnis untuk meningkatkan visibilitas produk, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan penjualan. Studi di Desa Cingebul menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dapat meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pemasaran digital, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap pertumbuhan omzet UMKM lokal. (Prasetyo et al., 2024).

Melihat kondisi tersebut, mahasiswa KKN-T MBKM Kelompok 05 dari Universitas Bakti Tunas Husada Tasikmalaya tahun 2025 melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Dusun Pirusa, Desa Sukaratu, Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya. Tujuan tujuandari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang arti penting hukum usahanya, terutama melalui keikutsertaan mereka dalam proses pengajuan NIB melalui sistem OSS. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap legalitas usahanya, terutama melalui keikutsertaan dalam proses pengajuan NIB melalui sistem OSS. Program ini juga ditujukan untuk mendorong pelaku UMKM agar lebih siap menjalankan usahanya secara legal, bersaing di pasar, dan berkelanjutan.

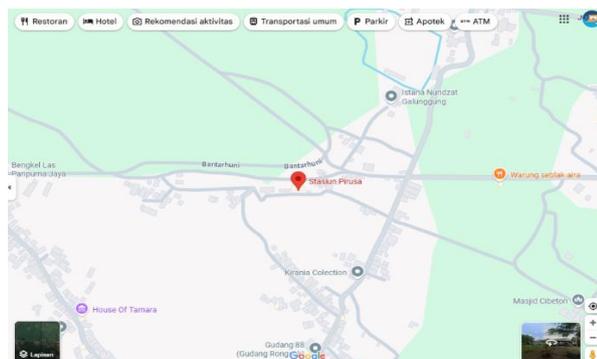
NIB merupakan identitas resmi pelaku usaha yang diterbitkan oleh lembaga OSS sebagai syarat legalitas usaha (Ika Wulandari & Martinus Budiantara, 2022). OSS adalah sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik yang mempermudah proses pembuatan NIB dan perizinan lainnya. Sistem ini memiliki keunggulan berupa proses yang cepat, terintegrasi, dan dapat diakses kapan saja (Irawaty et al., 2022). Melalui satu portal daring, OSS memungkinkan pelaku UMKM mengurus seluruh persyaratan legalitas usaha, seperti pendaftaran NIB, perizinan, dan sertifikasi standar bersama. Kehadiran OSS membantu mempercepat proses penerbitan perizinan sesuai standar pelayanan sekaligus menjamin waktu dan biaya dalam setiap tahapan perizinan (Audy Herlina Puspitasari & Condro Widodo, 2024).

Proses penerbitan NIB melalui OSS dari menciptakan salah satu instrumen strategis untuk membantu pelaku usaha kecil dalam memenuhi kewajiban berbisnisnya dengan cepat, mudah, dan tanpa dipungut biaya. NIB melalui OSS merupakan alat strategis untuk membantu pemilik usaha kecil mematuhi peraturan bisnis dengan cepat, mudah, dan tanpa dikenakan biaya. Kegiatan ini mencakup pendampingan sejak tahap pembuatan akun, pengumpulan dokumen persyaratan, hingga penerbitan NIB secara digital. Melalui pendampingan ini, pelaku usaha yang sebelumnya menganggap pengurusan izin usaha rumit dan memerlukan biaya, menjadi paham bahwa prosesnya sederhana dan memberikan banyak manfaat, seperti perlindungan hukum, kemudahan akses pembiayaan, dan peluang memperluas pasar (Badina et al., 2022).

2. MASALAH DAN RUMUSAN PERTANYAAN

UMKM berperan penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian dalam mempromosikan nasional khususnya di sektor pedesaan. Pertumbuhan ekonomi khususnya di sektor pedesaan. Meskipun demikian, para pelaku UMKM di daerah tersebut terus menghadapi berbagai tantangan yang menghambat kemampuan mereka mengembangkan usahanya sebaik mungkin. Di daerah tersebut terus menghadapi berbagai tantangan yang menghambat kemampuan mereka untuk mengembangkan bisnis mereka dengan cara sebaik mungkin. Berdasarkan hasil penilaian melalui *pre-test* dan *post-test*, teridentifikasi sejumlah tantangan utama, seperti rendahnya pemahaman mengenai aspek legalitas usaha termasuk perizinan PIRT dan NIB, keterbatasan dalam menciptakan desain kemasan yang menarik dan sesuai fungsi, serta keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi produk secara online. Hambatan-hambatan ini menyebabkan rendahnya daya saing produk UMKM lokal dan terbatasnya akses ke pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa edukasi dan pendampingan secara komprehensif guna memperkuat kapasitas pelaku UMKM dalam memenuhi persyaratan legalitas sekaligus meningkatkan daya saing usaha mereka di tingkat yang lebih tinggi.

Berdasarkan konteks tersebut, maka pertanyaan yang dapat diajukan adalah: “Sejauh mana pendampingan dalam aspek legalitas usaha serta pelatihan digitalisasi dapat meningkatkan pemahaman dan daya saing pelaku UMKM di Desa Sukaratu, Dusun Pirusa?”



Gambar 1. Lokasi Kegiatan Promosi Kesehatan di Desa Sukaratu, dusun Pirusa

3. KAJIAN PUSTAKA

Pemberdayaan UMKM adalah upaya untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM guna memperkuat kemandirian ekonomi. Dalam proses pemberdayaan dan pendampingan, penerbitan NIB dapat membantu mengurangi berbagai kendala yang sering dihadapi oleh pelaku usaha kecil, terutama saat mengajukan pendanaan untuk mengembangkan usahanya (Nofiyanti et al., 2024).

UMKM berperan signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama sebagai motor penggerak ekonomi daerah dan penyedia lapangan kerja di pedesaan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2021), UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja dan menyumbang lebih dari 60% PDB nasional secara keseluruhan. Meski demikian, sektor ini masih dihadapkan pada berbagai kendala, seperti terbatasnya akses terhadap pasar, pendanaan, serta minimnya pelatihan kewirausahaan. Di wilayah pedesaan, tantangan tersebut semakin kompleks akibat keterbatasan infrastruktur dan konektivitas. Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM melalui program pelatihan dan pendampingan menjadi sangat penting guna mendorong pertumbuhan usaha dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas (kementerian Koperasi, 2021).

UMKM memegang peranan strategis dalam mendukung perekonomian nasional. Selain berperan dalam menciptakan peluang kerja dan mempercepat pertumbuhan ekonomi, UMKM juga menjadi penggerak utama dalam pemerataan hasil pembangunan ke berbagai wilayah di Indonesia (Rico Elhando Badri et al., 2022).

Untuk meningkatkan daya jual sebuah produk, desain kemasan sangat penting. Pelaku UMKM menggunakan kemasan sebagai alat promosi yang efektif untuk menarik minat pelanggan dan membedakan produk mereka dari pesaing. Kemasan tidak hanya melindungi produk. Namun, banyak pelaku UMKM di daerah pedesaan yang tidak menyadari pentingnya desain kemasan, sehingga produk mereka kurang mampu bersaing di pasaran. Meskipun demikian, kemasan yang dirancang dengan baik memiliki potensi untuk meningkatkan identitas merek dan meningkatkan daya tarik visual produk lokal. Kemasan yang profesional, informatif, dan menarik secara visual tidak hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga berfungsi sebagai cara yang strategis untuk mempromosikan barang dan jasa (Putra et al., 2023).

Sementara itu, digitalisasi merupakan langkah strategis untuk memperluas jangkauan pasar UMKM, terutama di wilayah pedesaan. Melalui pemanfaatan media sosial dan platform marketplace, pelaku UMKM dapat meningkatkan eksposur produk mereka, menjangkau lebih banyak konsumen, serta mendorong pertumbuhan penjualan (Prasetyo et al., 2024).

Salah satu tantangan utama bagi UMKM pangan adalah ketidakadaan sertifikasi PIRT. PIRT adalah izin yang diberikan oleh Dinas Kesehatan sebagai syarat legalitas untuk produk makanan dan minuman rumahan. Sertifikat ini tidak hanya menjamin keamanan produk, tetapi juga membuka peluang bagi UMKM untuk menembus pasar formal seperti ritel modern, marketplace, atau ekspor. Pelatihan PIRT menjadi langkah awal yang sangat strategis untuk meningkatkan legalitas dan kredibilitas produk UMKM, terutama di sektor pangan (PerBPOM, 2018).

Perkembangan teknologi informasi memberikan kesempatan yang signifikan bagi UMKM untuk memperbesar area pemasaran melalui penerapan

digitalisasi. Penggunaan media sosial, toko daring, serta sistem pembayaran digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan efektivitas pemasaran. Namun, masih banyak pelaku UMKM di wilayah perdesaan yang belum memanfaatkan teknologi ini secara optimal akibat rendahnya literasi digital. Oleh karena itu, pelatihan yang mendorong pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha menjadi sangat penting guna meningkatkan penjualan, memperluas akses pasar, serta mendorong transformasi UMKM agar lebih responsif terhadap perkembangan zaman (Hajawiyah et al., 2022).

4. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan membina masyarakat dan pelaku UMKM melalui pemberian pengetahuan, pengarahan, dan pendampingan langsung dengan media visual leaflet. Mengurus NIB dan Izin PIRT adalah fokus utama dalam membantu peserta mendaftarkan bisnis dan produk mereka secara legal. Melalui sistem Online Single Submission (OSS), tim pengabdian memberikan bimbingan teknis untuk pembuatan NIB, serta menyalurkan dan mendampingi proses perizinan PIRT melalui dinas terkait, seperti Disperindag dan Dinas Kesehatan.

Peserta yang mengikuti pelatihan ini berjumlah 41 orang, yang terdiri dari berbagai latar belakang masyarakat perdesaan yang memiliki semangat untuk memulai atau mengembangkan usaha. Meliputi: Masyarakat umum yang memiliki minat berwirausaha, namun belum memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam memulai usaha secara formal. Pelaku UMKM pemula yang menjalankan usaha skala kecil dari rumah tetapi belum memiliki NIB dan Sertifikat PIRT untuk menjamin legalitas produk mereka. UMKM yang belum aktif memasarkan produknya secara digital, seperti melalui media sosial, marketplace, atau toko online.

Pada kegiatan Pelatihan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini, tim pengabdian menyusun tahapan secara sistematis agar tujuan pelatihan dapat tercapai secara optimal. Kegiatan difokuskan pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan legalitas usaha (NIB dan PIRT), perbaikan desain kemasan, dan pemanfaatan digitalisasi. Pelatihan dilakukan dalam beberapa tahap agar materi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami dan pemanfaatan digitalisasi. Pelatihan dilakukan dalam beberapa tahap agar materi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami dan langsung dipraktikkan oleh peserta. Sebelum pelatihan dimulai, tim pengabdian terlebih dahulu melakukan langkah awal berupa identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dan pelaku UMKM di wilayah desa Sukaratu, dusun Pirusa.

Dengan mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di wilayah desa dengan melakukan observasi dan komunikasi kepada Masyarakat atau pelaku UMKM untuk mengetahui permasalahan utama yang mereka hadapi, terutama terkait legalitas usaha, pemasaran, dan kemasan produk. a) pemaparan materi tentang NIB dan PIRT. memberikan penjelasan tentang pentingnya legalitas usaha, khususnya terkait NIB dan Sertifikat Produksi PIRT, serta prosedur pengurusannya. b) tutorial pembuatan NIB dan PIRT, tentang cara membuat NIB membuat NIB secara langsung melalui platform OSS, serta diberi simulasi atau contoh pengisian dokumen yang dibutuhkan untuk mengurus PIRT. c) Diskusi, Tanya Jawab, dan Pendampingan Langsung.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan bertajuk “Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Sertifikasi PIRT, Desain Kemasan, dan Digitalisasi Produk Lokal” yang diselenggarakan di Desa Sukaratu, Dusun Pirusa, ditujukan untuk memperkuat daya saing para pelaku UMKM melalui pendekatan berbasis edukasi. Kuesioner pre-test dan post-test digunakan sebagai instrument evaluasi untuk menilai Tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan, sehingga dapat diketahui peningkatan kompetensi yang diperoleh.

Sebanyak 41 orang mengikuti pelatihan ini, dengan mayoritas peserta terdiri dari ibu rumah tangga serta pelaku usaha mikro seperti pedagang dan pekerja mandiri. Peserta berasal dari berbagai rentang usia, yakni antara 28 hingga 75 tahun. Keberagaman usia dan latar belakang pekerjaan menunjukkan bahwa pelatihan ini bersifat inklusif, menjangkau berbagai segmen masyarakat desa yang ikut serta dalam aktivitas usaha mikro.

Berdasarkan hasil kuesioner pre-test dan post-test, nilai rata-rata pre-test peserta adalah 62,07 (kategori cukup). Nilai rata-rata post-test meningkat menjadi 80,73 (kategori baik) dan peningkatan rata-rata skor peserta sebesar 18,66 poin. Sebanyak 92,68% peserta menunjukkan peningkatan skor pengetahuan setelah mengikuti pelatihan. Peningkatan tertinggi terjadi pada dua peserta yang sebelumnya memiliki pemahaman rendah (45) menjadi 90 dan 95, yang menunjukkan peningkatan sebesar 45-50 poin.

Peningkatan skor ini menunjukkan bahwa pelatihan memiliki efektivitas tinggi dalam meningkatkan pemahaman peserta terkait proses pengajuan dan manfaat Sertifikasi PIRT sebagai legalitas produk makanan olahan rumah tangga. Prinsip dasar desain kemasan yang menarik dan informatif sebagai strategi branding. Pentingnya digitalisasi produk, termasuk pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce guna memperluas jangkauan pasar.

Metode ceramah interaktif, praktik langsung, serta penggunaan media visual (leaflet dan contoh produk) terbukti mampu menyederhanakan informasi teknis sehingga lebih mudah dipahami oleh peserta dengan latar belakang pendidikan yang berbeda. Hasil penelitian Asmarani (2019) menunjukkan bahwa media visual dalam edukasi masyarakat efektif meningkatkan pemahaman konsep baru. Selain itu, pendekatan komunitas dan partisipatif seperti yang dilakukan dalam pelatihan ini juga mendukung keberhasilan program pemberdayaan (Fadhil et al., 2024).

Selain peningkatan pengetahuan, pelatihan ini juga berdampak pada semangat kewirausahaan peserta. Banyak peserta menunjukkan antusiasme untuk mendaftarkan produknya ke BPOM/PIRT dan memperbarui kemasan agar lebih layak jual secara komersial.



Gambar 2. Pengisian *Pretest* dan *Posttest*



Gambar 3. Pemberian Materi



Gambar 4. Foto bersama peserta

6. KESIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan di Desa Sukaratu, Dusun Pirusa, menunjukkan dampak yang baik dalam memperkuat pemahaman pelaku UMKM mengenai aspek legalitas usaha, khususnya terkait proses pendaftaran Nomor Induk

Berusaha (NIB) dan sertifikasi PIRT. Selain itu, peserta mulai menyadari pentingnya peran kemasan yang menarik serta memberikan informasi, serta memperoleh pemahaman awal tentang pemanfaatan digitalisasi dalam strategi pemasaran produk. Data dari pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pengetahuan yang substansial setelah mengikuti pelatihan. Tingginya antusiasme peserta untuk menerapkan materi yang dipelajari ke dalam usaha mereka mencerminkan efektivitas pendekatan pelatihan yang edukatif, aplikatif, dan menyeluruh. Penemuan ini menunjukkan bahwa model pelatihan jenis ini dapat memberikan sumbangan signifikan dalam meningkatkan potensi serta daya saing UMKM di daerah pedesaan.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, S. R., Wandini, A. A., Malpaci, D. A., Putra, M. D. A., Putra, M. T. A., & Alwi, M. F. (2021). Pelatihan Peningkatan Kualitas Desain Kemasan Produk Ukm Di Desa Kedaung. *Jurnal Padma: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(3).
<https://doi.org/10.32493/Jpdm.V1i3.11435>
- Audy Herlina Puspitasari, & Condro Widodo. (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>
- Badina, T., Pardiansyah, E., Atiah, I. N., & Cahyono, B. D. (2022). Pendampingan Pembuatan Nib Melalui Online Single Submission (Oss) Bagi Pelaku Usaha Mikro Di Desa Domas. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(6), 610-617.
<https://doi.org/10.25008/Altifani.V2i6.300>
- Darodjat, R., Maulana, M., & Suryamah, A. (2024). Peningkatan Kapabilitas Umkm Melalui Pelatihan Kemasan Produk Dan Transaksi Digital Di Desa Cileunyi Kulon. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 5(1), 11-17.
<https://doi.org/10.24198/Sawala.V5i1.50647>
- Fadhil, A. R., Rizqillah, I. P., Naufal, A. F., & Sudaryanto, W. T. (2024). Penyuluhan Osteoarthritis Pada Komunitas Lansia Di Panti Lansia Sentra Terpadu Surakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(8), 3407-3413. <https://doi.org/10.59837/Jpmba.V2i8.1482>
- Hajawiyah, A., Hidayat, B., & Widyastuti, A. (2022). Peningkatan Digitalisasi Umkm Desa Sumber Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas*, 26(2), 154-159. <https://doi.org/10.15294/Abdimas.V26i2.39331>
- Hikmah, L. S., & Wijaya, R. S. (2023). Digitalisasi Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Di Kota Sidoarjo. *Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 54-59.
<https://doi.org/10.31506/Komunitas:Jpkm.V3i2.21016>
- Ika Wulandari, & Martinus Budiantara. (2022). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (Nib) Melalui Online Single Submission. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 386-394.
<https://doi.org/10.31849/Dinamisia.V6i2.8205>
- Irawaty, Anitasari, R. F., & Setiawan, A. (2022). Peningkatan Pemahaman Pelaku Umk Mengenai Urgensi Dan Tata Cara Mendapatkan Nomor

- Induk Berusaha (Nib). *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*, 5(1), 35-49. <https://doi.org/10.15294/jphi.v5i1.53495>
- Koperasi, M. (2021). *Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2021*. 217.
- Listiawati, R., Ekowati, L., Ayuning Ratri Sukimin, D., Marbun Jurusan Akuntansi, J., Negeri Jakarta, P., & Jl Ga Siwabessy, I. D. (2023). Upaya Kepemilikan Legalitas Nib Pada Umkm Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor Jawa Barat. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, 2023*, 2023.
- Maulana, Wildan, A., Yani, M., & Pebrianggara, A. (2024b). Strategi Digital Marketing Untuk Pengembangan Bisnis Dan Meningkatkan Daya Saing Pada Umkmkopi Di Sidoarjo. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5835-5853.
- Nofiyanti, M., Ainul Azwilda, N., Azaria Diva Putri, D., Afrianty, Y., Sholichah, C., Nur Aisyah, N., Aini, K., Amalia, F., Aulia Hidayah, S., Sulviana, H., Jinan Zubair, T., Novita Sari, P., Anshorulloh, U., & Rosi, B. (2024). *Pemberdayaan Umkm Melalui Pendampingan Pembuatan Nib Di Kabupaten Lumajang*. 4(5), 60-68. <https://doi.org/>
- Nugraha Dadan, Nugraha N. (2025). Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Produk Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Desa Cipakem Dadan. *Jurnal Sentra Abdimas*, 1, 52-60.
- Perbpom. (2018). Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 Tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga. *Badan Pengawas Obat Dan Makanan*, 1-16.
- Prasetyo, M. A. W., Safitri, S. T., Ngafidin, K. N. M., Fatoni, M. Y., Anwar, T., & Fernandez, S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Digital Marketing Guna Meningkatkan Kompetensi Umkm Desa Cingebul. *Jurnal Abdimas Phb*, 7(4), 945-954.
- Pratama, F., Avini, T., Saputra, I., & Putri, M. K. (2023). Sosialisasi Strategi Digital Marketing Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Ikan Khas Palembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Judika)*, 4(2), 89.
- Putra, R. B. A., Fadhlurrohman, A., Hikmatika, N. I., Safitri, A. D., & Mulyawati, I. (2023). Digitalisasi Potensi Desa Melalui Pelatihan Digital Marketing Dan Desain Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Di Desa Beku. *Japi 5(Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 8(3), 285-292. <https://doi.org/10.33366/japi.v8i3.5475>
- Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, & Anandha Sartika Putri. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe Di Desa Sidodadi Asri. *Pakmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347-353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Saing, D., Kerupuk, U., Palembang, I. K., Pratama, F., Avini, T., Saputra, I., & Putri, M. K. (2023). Sosialisasi Strategi Digital Marketing Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Judika)*, 4(2), 89.