

Pendampingan UMKM Naik Kelas melalui Legalitas Usaha dan Strategi Pemasaran di Desa Sukajaya Kecamatan Pulau Besar Kabupaten Bangka Selatan

Assistance for MSMEs to Upgrade through Business Legality and Marketing Strategy in Sukajaya Village, Pulau Besar District, South Bangka Regency

Muhamad Aziz Zulkifli ^{1*}, Siti Napisah ², Bagas Olanda ³, Andini Fahyuni ⁴

^{1,4} Fakultas Hukum, Universitas Pertiba, Indonesia

^{2,3} Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Pertiba, Indonesia

Email : aziz.zulkifli26@gmail.com

*Penulis Korespondensi: aziz.zulkifli26@gmail.com

Article History:

Naskah Masuk: 30 September 2025;

Revisi: 14 Oktober 2025;

Diterima: 28 Oktober 2025;

Terbit: 26 November 2025;

Keywords: business identification number, business legality, marketing strategy, MSMEs, trademark protection

Abstract: his community service activity was carried out in Sukajaya Village, Pulau Besar District, Bangka Selatan Regency on August 15, 2025, aiming to enhance the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to level up through strengthening business legality and marketing strategies. The main problems faced by local MSMEs are the lack of understanding regarding the importance of Business Identification Numbers (NIB), limited awareness of trademark protection, and insufficient knowledge of modern marketing strategies. The activity was implemented using a participatory approach through counseling, group discussions, and hands-on practices, including NIB registration, introduction to trademark protection procedures, and digital marketing training. The results show an increased understanding and awareness among MSME actors regarding the importance of business legality for accessing financing and cooperation, better legal awareness of trademark protection as a product identity, and basic skills in utilizing social media and digital platforms as marketing tools. These outcomes demonstrate that the activity significantly contributes to strengthening MSME capacity in Sukajaya Village to become more competitive and contribute to local economic development.

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sukajaya, Kecamatan Pulau Besar, Kabupaten Bangka Selatan pada tanggal 15 Agustus 2025 dengan tujuan meningkatkan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar mampu naik kelas melalui penguatan legalitas usaha dan strategi pemasaran. Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM di desa ini adalah rendahnya pemahaman mengenai pentingnya Nomor Induk Berusaha (NIB), belum adanya kesadaran dalam melindungi merek dagang, serta keterbatasan pengetahuan mengenai strategi pemasaran modern. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui penyuluhan, diskusi kelompok, serta praktik langsung pembuatan NIB, pengenalan prosedur perlindungan merek, dan pelatihan strategi pemasaran berbasis digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya legalitas usaha sebagai akses terhadap pembiayaan dan kerja sama, kesadaran hukum dalam melindungi merek sebagai identitas produk, serta keterampilan dasar dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana pemasaran. Dengan hasil tersebut, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung penguatan kapasitas UMKM Desa Sukajaya agar lebih berdaya saing dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi lokal.

Kata Kunci: legalitas usaha, nomor induk berusaha, perlindungan merek, strategi pemasaran, UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023 mencatat jumlah UMKM lebih dari 65 juta unit, menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja, dan menyumbang lebih dari 60 persen Produk Domestik Bruto (PDB) (Fitriani, 2025). Posisi UMKM yang dominan menunjukkan perannya tidak hanya sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi berbasis kerakyatan. Meski demikian, kontribusi besar di tingkat nasional tidak selalu diikuti dengan perkembangan serupa di tingkat lokal, khususnya desa, yang masih menghadapi berbagai keterbatasan.

Desa Sukajaya, Kecamatan Pulau Besar, Kabupaten Bangka Selatan, merupakan contoh nyata wilayah pedesaan dengan potensi UMKM yang cukup besar. Masyarakat desa banyak bergerak pada usaha olahan hasil perikanan, pertanian, dan kerajinan. Produk-produk seperti kerupuk ikan, ikan asin, ikan asap dan olahan makanan lainnya yang telah lama menjadi bagian dari ekonomi desa. Namun, sebagian besar UMKM masih berada pada skala mikro dengan keterbatasan modal, teknologi, dan akses pasar. Kondisi ini diperburuk dengan minimnya pemahaman terhadap aspek legalitas usaha, perlindungan merek, serta strategi pemasaran yang modern.

Permasalahan legalitas usaha menjadi isu mendasar. Banyak pelaku UMKM di Desa Sukajaya belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Padahal, NIB yang diatur melalui Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko merupakan identitas resmi yang memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha. Tanpa NIB, pelaku UMKM sulit memperoleh pembiayaan, mengakses program pemerintah, maupun menjalin kemitraan bisnis. (Trianingsih dkk., 2024)

Selain legalitas, perlindungan merek juga menjadi tantangan. Merek bukan hanya simbol dagang, melainkan identitas produk yang membedakan dari pesaing. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek, namun sebagian besar UMKM tidak menyadari pentingnya pendaftaran. Tanpa perlindungan hukum, produk UMKM rawan ditiru pihak lain, yang pada akhirnya merugikan pemilik asli. (Syaifulloh, 2024)

Kendala lain terletak pada strategi pemasaran. Sebagian besar UMKM Sukajaya masih mengandalkan metode konvensional, seperti penjualan di pasar lokal dan promosi dari mulut ke mulut. Praktik ini membatasi daya jangkauan pasar dan tidak mampu mengakomodasi tuntutan pasar modern. Pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial, marketplace, maupun

platform daring terbukti mampu memperluas akses konsumen dan meningkatkan omzet. (Bangun & Purnama, 2022).

Pemilihan Desa Sukajaya sebagai lokasi pengabdian didasarkan pada analisis kebutuhan dan kesiapan komunitas dampingan. Dari perspektif teoretis, kegiatan ini berlandaskan pada teori kepatuhan hukum yang menekankan pentingnya kesadaran masyarakat terhadap aturan (Rahmat & Arif, 2022). Kesadaran ini relevan untuk mendorong pelaku UMKM memiliki NIB dan mendaftarkan merek. Selain itu, teori perlindungan hukum menegaskan bahwa hukum berfungsi melindungi kepentingan masyarakat agar tercipta ketertiban dan keadilan (Syarief & Junaidi, 2021). Dalam konteks UMKM, perlindungan merek merupakan instrumen penting untuk mencegah penyalahgunaan identitas produk. Dari sisi ekonomi, teori pemasaran modern menekankan pentingnya strategi berbasis segmentasi, *targeting*, dan *positioning* (STP) yang dikombinasikan dengan pemasaran digital agar UMKM mampu menjangkau konsumen lebih luas. (Rienda dkk., 2021)

Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah mendorong UMKM di Desa Sukajaya naik kelas melalui tiga fokus utama peningkatan pemahaman dan kepemilikan NIB, kesadaran akan pentingnya perlindungan merek, serta keterampilan dalam mengelola strategi pemasaran, khususnya berbasis digital. Perubahan sosial yang diharapkan mencakup tumbuhnya kesadaran hukum pelaku UMKM, meningkatnya literasi digital, serta berkembangnya jaringan usaha yang lebih luas. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak pada aspek pengetahuan, tetapi juga pada transformasi perilaku dan keberlanjutan usaha masyarakat.

Dengan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sukajaya diarahkan untuk memperkuat kapasitas UMKM agar lebih berdaya saing. Legalitas usaha melalui NIB diharapkan memberikan kepastian hukum dan akses terhadap peluang pembiayaan. (Hakim dkk., 2024).

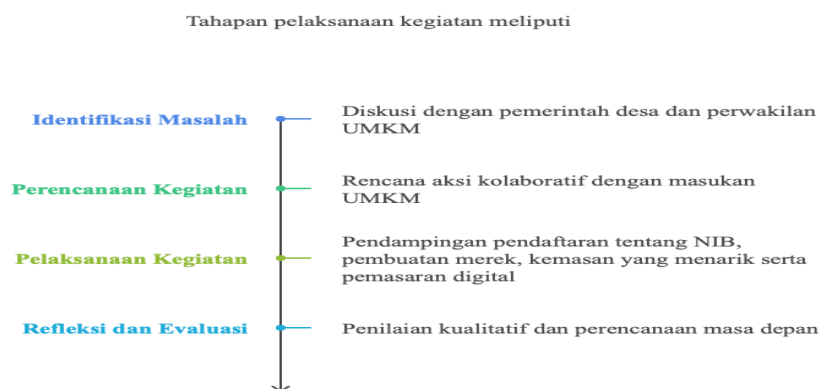
2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada 15 Agustus 2025 di Desa Sukajaya, Kecamatan Pulau Besar, Kabupaten Bangka Selatan, dengan subjek para pelaku UMKM yang bergerak di sektor olahan ikan, pertanian, dan kerajinan. Pemilihan lokasi dan subjek didasarkan pada potensi ekonomi yang cukup besar, namun masih menghadapi keterbatasan terkait legalitas usaha, perlindungan merek, serta strategi pemasaran. Proses perencanaan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan tim dosen, mahasiswa, pemerintah desa, dan pelaku UMKM. Identifikasi kebutuhan menunjukkan sebagian besar UMKM belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), belum memahami prosedur

pendaftaran merek, serta masih bergantung pada pemasaran tradisional. Berdasarkan hasil tersebut, disepakati bahwa kegiatan difokuskan pada pendampingan legalitas usaha, kesadaran perlindungan merek, dan pelatihan pemasaran digital.

Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR), yang menekankan keterlibatan aktif komunitas dalam setiap tahap kegiatan. (Siswadi & Syaifuddin, 2024). Tahapan kegiatan meliputi identifikasi masalah, perencanaan bersama, pelaksanaan, serta refleksi dan evaluasi. Pelaksanaan dilakukan melalui pendampingan mengenai NIB, simulasi pendaftaran merek, dan pelatihan strategi pemasaran digital dengan praktik langsung. Pada tahap akhir, peserta diajak melakukan refleksi untuk menilai manfaat kegiatan dan merumuskan tindak lanjut.

Dengan pendekatan ini, kegiatan tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada pembentukan kesadaran hukum dan keterampilan praktis yang diharapkan mampu mendorong UMKM Desa Sukajaya naik kelas dan berdaya saing.



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi.

3. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sukajaya, Kecamatan Pulau Besar, Kabupaten Bangka Selatan pada 15 Agustus 2025 menghasilkan sejumlah capaian yang dapat dilihat dari proses pendampingan, respons pelaku UMKM, hingga perubahan sosial yang mulai muncul di lingkungan masyarakat. Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan puluhan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan latar belakang usaha yang beragam, mulai dari pengolahan hasil ikan, hingga usaha kerajinan rumah tangga. Melalui rangkaian kegiatan berupa pendampingan, simulasi teknis, pelatihan, serta refleksi bersama, para pelaku UMKM memperoleh pengalaman baru yang memperkaya pengetahuan dan keterampilan mereka dalam mengelola usaha.

Dinamika kegiatan pendampingan menunjukkan antusiasme tinggi dari masyarakat. Pada tahap awal, pelaku UMKM menunjukkan keingintahuan besar terhadap legalitas usaha, khususnya terkait Nomor Induk Berusaha (NIB). Sebagian besar pelaku UMKM mengaku belum pernah melakukan pendaftaran karena menganggap prosesnya rumit dan tidak mengetahui manfaat yang akan diperoleh. Melalui pendampingan yang dilakukan oleh tim, peserta diperkenalkan pada sistem *Online Single Submission* (OSS) yang memudahkan proses pendaftaran. (Ika Wulandari & Martinus Budiantara, 2022). Dalam praktik langsung, peserta dilatih untuk mengakses sistem, mengisi data usaha, serta memahami persyaratan yang diperlukan. Hasil dari kegiatan ini memperlihatkan peningkatan pemahaman, bahkan beberapa peserta berhasil membuat akun dan mencoba mendaftarkan usahanya secara mandiri. Hal ini menandai adanya perubahan sikap dari pasif menjadi aktif dalam mengurus legalitas usaha.

Selain legalitas, kegiatan pendampingan juga menekankan pentingnya perlindungan merek sebagai identitas usaha. Sebelum kegiatan berlangsung, mayoritas pelaku UMKM menganggap merek hanya sebatas nama produk yang ditulis pada kemasan, tanpa melihatnya sebagai aset yang memiliki nilai hukum dan ekonomi. Melalui materi yang disampaikan, peserta diberikan pemahaman mengenai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, termasuk hak eksklusif yang diberikan kepada pemilik merek (Darmadi dkk., 2023). Praktik simulasi pendaftaran merek juga dilakukan, meskipun dalam skala sederhana, dengan tujuan agar pelaku UMKM memahami prosedur administratif yang harus ditempuh. Hasilnya, muncul kesadaran baru bahwa merek dapat menjadi pelindung usaha sekaligus meningkatkan daya tarik konsumen. Beberapa peserta menyatakan komitmen untuk segera berkonsultasi lebih lanjut mengenai pendaftaran merek.

Aspek lain yang tidak kalah penting adalah pelatihan strategi pemasaran. Sebelum pendampingan, sebagian besar UMKM di Desa Sukajaya hanya memasarkan produk melalui pasar lokal dan jaringan keluarga. Praktik pemasaran digital hampir tidak dilakukan karena keterbatasan literasi teknologi. (Hidayatullah As-Syahri, 2024). Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM dikenalkan pada konsep pemasaran modern yang menekankan pentingnya segmentasi pasar, strategi komunikasi, serta pemanfaatan media sosial dan *marketplace*. Sesi pelatihan menggunakan pendekatan praktis dengan mendemonstrasikan cara membuat akun bisnis di media sosial, mengunggah konten promosi, hingga mengatur interaksi dengan konsumen.

Dari sisi dinamika sosial, kegiatan ini membawa dampak positif terhadap perilaku dan kesadaran hukum masyarakat. Jika sebelumnya legalitas usaha dianggap hal yang rumit dan tidak terlalu penting, kini pelaku UMKM mulai menyadari bahwa kepemilikan NIB dapat membuka akses lebih luas, baik dalam hal pembiayaan maupun kerja sama dengan pihak

lain(Mochammad Syamsudin Sofwan, 2024). Kesadaran hukum ini menunjukkan pergeseran pola pikir dari sekadar berusaha untuk bertahan hidup menuju usaha yang berorientasi pada pengembangan dan keberlanjutan. Selain itu, perlindungan merek yang sebelumnya terabaikan kini mulai dipandang sebagai kebutuhan mendasar untuk melindungi identitas produk.

Perubahan lain yang tampak adalah tumbuhnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Meskipun masih pada tahap awal, kemampuan mereka dalam menggunakan aplikasi daring untuk promosi produk menunjukkan adanya lompatan signifikan. Literasi digital yang mulai tumbuh ini diharapkan dapat terus ditingkatkan, sehingga UMKM mampu bersaing di era ekonomi digital. Perubahan ini sejalan dengan konsep transformasi sosial yang menekankan pentingnya adaptasi masyarakat terhadap perkembangan teknologi sebagai syarat untuk tetap eksis dalam arus globalisasi.

Secara keseluruhan, hasil dari kegiatan pengabdian di Desa Sukajaya memperlihatkan adanya peningkatan signifikan dalam aspek pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran hukum pelaku UMKM. Hal ini menjadi modal penting bagi keberlanjutan program pemberdayaan yang lebih luas. Dengan dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa, perguruan tinggi, dan pelaku UMKM sendiri, hasil yang diperoleh dalam kegiatan ini diharapkan dapat terus berkembang dan memberikan dampak nyata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Bangka Selatan.

4. DISKUSI

Hasil pengabdian masyarakat di Desa Sukajaya memperlihatkan adanya peningkatan signifikan dalam kesadaran hukum, keterampilan pemasaran, dan semangat kolektif di kalangan pelaku UMKM. Temuan ini sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya keterlibatan langsung komunitas dalam proses pengembangan kapasitas (Rizqian, 2023) menjelaskan bahwa partisipasi aktif masyarakat dalam merumuskan dan melaksanakan program akan meningkatkan rasa kepemilikan (*sense of ownership*) sehingga hasilnya lebih berkelanjutan. Dalam konteks kegiatan ini, keterlibatan UMKM sejak tahap identifikasi masalah hingga evaluasi terbukti efektif dalam menciptakan komitmen bersama untuk melakukan perubahan.



Gambar 2: Tim Dosen dan Mahasiswa sedang melakukan kegiatan identifikasi masalah di Kantor Desa Sukajaya.

Peningkatan pemahaman mengenai Nomor Induk Berusaha (NIB) menunjukkan bahwa kesadaran hukum dapat ditumbuhkan melalui pendekatan edukatif dan praktis. Sebelumnya, banyak pelaku UMKM yang tidak menganggap legalitas usaha sebagai kebutuhan mendesak. Namun, melalui penyuluhan dan simulasi, mereka menyadari bahwa NIB tidak hanya berfungsi sebagai identitas formal, tetapi juga membuka akses terhadap pembiayaan, program pemerintah, dan jaringan bisnis.(Aji Putra dkk., 2022). Hal ini sejalan dengan teori kepatuhan hukum bahwa kepatuhan tidak hanya muncul karena paksaan hukum, tetapi juga karena kesadaran atas manfaat yang diperoleh dari kepatuhan tersebut.(Ahmad Syahir dkk., 2023). Dengan demikian, pendampingan yang dilakukan telah berhasil menggeser paradigma pelaku UMKM dari sikap pasif menjadi lebih proaktif dalam mengurus legalitas usaha.(Soimah & Imelda, 2023)



Gambar 3 : Tim melakukan kegiatan pendampingan UMKM secara langsung dengan melakukan observasi lapangan.

Kesadaran mengenai pentingnya perlindungan merek juga menjadi salah satu capaian penting. Pada awalnya, merek dipandang sekadar nama produk yang tidak memiliki nilai strategis. Namun, setelah memperoleh pemahaman tentang hak eksklusif yang dijamin Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, pelaku UMKM mulai melihat merek sebagai aset yang harus dilindungi. Kesadaran ini sejalan dengan teori perlindungan hukum menurut Hadjon yang menyatakan bahwa hukum berfungsi melindungi kepentingan individu maupun kolektif untuk menciptakan ketertiban dan keadilan. (Permadi, 2016). Dalam praktiknya, merek tidak hanya melindungi produk dari pemalsuan, tetapi juga meningkatkan daya saing dan membangun kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, perubahan sikap ini menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan usaha UMKM di Desa Sukajaya.



Gambar 4. salah satu produk UMKM Desa Sukajaya sebelum adanya pendampingan.

Pelatihan strategi pemasaran digital menunjukkan hasil yang menjanjikan. Sebelum kegiatan, sebagian besar UMKM masih bergantung pada pemasaran tradisional. Setelah mengikuti pelatihan, mereka mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan produk. Fenomena ini mendukung pandangan yang menekankan pentingnya pemasaran berbasis segmentasi, *targeting*, dan *positioning* (STP) serta pemanfaatan teknologi digital dalam memperluas jaringan pasar.(Adhiyanto & Rahayu, 2025). Dengan demikian, pelatihan yang diberikan telah membuka peluang bagi UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin *digital-oriented*.



Gambar 5 : Salah satu produk UMKM di desa Suka Jaya setelah pendampingan kemasan lebih baik dan merek yang menjadi identitas produk tersebut.



Gambar 6. Foto Bersama dengan Perangkat Desa Suka Jaya, Pelaku UMKM, dan Tim pada kegiatan penyampaian hasil evaluasi kegiatan Pengabdian.

Selain perubahan individu, kegiatan ini juga menimbulkan dampak sosial yang lebih luas. Munculnya tokoh-tokoh lokal yang aktif dalam diskusi dan berbagi pengalaman menunjukkan adanya proses pembentukan kepemimpinan lokal. Dari perspektif transformasi sosial, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku masyarakat dapat terjadi ketika intervensi dilakukan secara tepat sasaran dan berbasis kebutuhan riil. Kesadaran hukum dan perubahan perilaku masyarakat tidak dapat dipaksakan, melainkan harus tumbuh dari pemahaman dan pengalaman langsung. (Ridwan, 2025). Pendampingan yang dilakukan di Desa Sukajaya membuktikan bahwa pendampingan, simulasi, dan praktik langsung lebih efektif dalam mendorong perubahan dibandingkan hanya penyampaian materi secara teoretis. Dengan demikian, diskusi atas hasil pengabdian ini memperlihatkan bahwa keberhasilan program tidak hanya diukur dari meningkatnya pengetahuan individu, tetapi juga

dari terbentuknya struktur sosial baru, munculnya kepemimpinan lokal, serta lahirnya kesadaran hukum dan literasi digital.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sukajaya, Kecamatan Pulau Besar, Kabupaten Bangka Selatan, menunjukkan bahwa pendampingan yang terstruktur dan berbasis partisipasi mampu meningkatkan kapasitas UMKM dalam aspek legalitas usaha, perlindungan merek, dan strategi pemasaran. Melalui pendampingan, simulasi, dan pelatihan digital, pelaku UMKM memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai akses menuju pembiayaan dan kerja sama, kesadaran hukum terkait merek sebagai identitas usaha yang harus dilindungi, serta keterampilan awal dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran.

Sebagai rekomendasi, kegiatan pendampingan sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan dengan dukungan dari pemerintah desa, lembaga akademik, dan pemangku kepentingan lain agar UMKM tidak hanya memahami pentingnya legalitas dan pemasaran, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara konsisten. Selain itu, diperlukan kolaborasi yang lebih luas untuk memfasilitasi pendaftaran merek, pendampingan hukum, serta penguatan kapasitas digital agar transformasi sosial, ekonomi di Desa Sukajaya dapat berlanjut secara berkesinambungan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sukajaya, Kecamatan Pulau Besar, Kabupaten Bangka Selatan. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pemerintah Desa Sukajaya yang telah memberikan izin, fasilitas, dan dukungan penuh sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Apresiasi juga diberikan kepada para pelaku UMKM Desa Sukajaya yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap sesi pendampingan, dan simulasi, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan dinamis dan menghasilkan dampak yang nyata.

Penghargaan yang tulus juga ditujukan kepada Universitas Pertiba yang telah memberikan dukungan akademik, serta kepada mahasiswa pendamping yang berperan aktif dalam membantu pelaksanaan kegiatan, khususnya dalam mendampingi pelaku UMKM pada aspek teknis penggunaan media digital. Tidak lupa, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang telah

memberikan kontribusi berupa waktu, tenaga, dan pemikiran demi terselenggaranya kegiatan ini dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Adhiyanto, M. A., & Rahayu, F. (2025). ANALISIS POSITIONING MINIMARKET DI INDONESIA BERDASARKAN ATRIBUT YANG DIPERSEPSIKAN OLEH KONSUMEN. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 5(2), 47-54. <https://doi.org/10.25105/v5i2.23020>
<https://doi.org/10.25105/v5i2.23020>
- Ahmad Syahir, Ahmadi Hasan, & Masyithah Umar. (2023). Kepatuhan Terhadap Hukum (Sebuah Perspektif Filsafat Hukum). *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 1(4), 930-944. <https://doi.org/10.62976/ijijel.v1i4.246>
<https://doi.org/10.62976/ijijel.v1i4.246>
- Aji Putra, C., Aprilia, N. N., Novita Sari, A. E., Muhammad Wijdan, R., & Rafidah Putri, A. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk Pengembangan UMKM di Kelurahan Tlumpu Melalui Online Single Submission (OSS). *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 149-157. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1397>
<https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1397>
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89-98. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
<https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
- Darmadi, D., Soleh, D. R., & Sanusi, S. (2023). OPTIMALISASI PENINGKATAN DAYA SAING DAERAH MELALUI SOSIALISASI DAN PENDAMPINGAN VERIFIKASI DAN VALIDASI PENGAJUAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL. *Bengawan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 16-23. https://doi.org/10.46808/jurnal_bengawan.v3i1.76
https://doi.org/10.46808/jurnal_bengawan.v3i1.76
- Fitriani, N. (2025, Mei). Tantangan UMKM Jabar Hingga Strategi Bertahan di Era Digital. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/artikel/tantangan-umkm-jabar-hingga-strategi-bertahan-di-era-digital>.
- Hakim, M. L., Fitriana, A., Nisa', I. S., Khamidah, I., Deril, A., Siwi, N. A., Kamilah, N. W., Octaviana, B., Amanda, R. J., Saifudin, M., Mustakhim, A., Riskya, E. S., Masruroh, L., Sari, D. R., Purnama, F. W., Permatasari, F., Kumalasari, D. A., Muzaki, A. F., & Ifriqia, F. (2024). Mendorong Legalitas dan Keberlanjutan UMKM Desa Blimbing melalui Penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB). *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 359-364. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1615>
<https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1615>
- Hidayatullah As-Syahri. (2024). Peranan Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital 5.0. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.12783992>
- 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>
<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8205>
- Mochammad Syamsudin Sofwan, S. P. (2024). Pentingnya Nib Dalam Menunjang Proses Penjualan Produk Pada UMKM Sinom Bu Tika Rw 12 Kelurahan Kalirungkut. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.13943931>
- Permadi, I. (2016). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMBELI TANAH BERSERTIFIKAT GANDA DENGAN CARA ITIKAD BAIK DEMI KEPASTIAN HUKUM. *Yustisia Jurnal Hukum*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/yustisia.v5i2.8762>
<https://doi.org/10.20961/yustisia.v5i2.8762>
- Rahmat, P., & Arif, M. A. N. (2022). TELAAH FILOSOFIS MAKNA KEPATUHAN DALAM PERSPEKTIF FILSAFAT HUKUM. *El-Ahli: Jurnal Hukum Keluarga Islam*, 3(1), 15-30. <https://doi.org/10.56874/el-ahli.v3i1.716>
<https://doi.org/10.56874/el-ahli.v3i1.716>
- Ridwan, M. (2025). Membangun Kesadaran Hukum Masyarakat Melalui Program Edukasi Dan Sosialisasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.31599/rknjnd40>
- Rienda, L., Ruiz-Fernández, L., & Carey, L. (2021). Analysing trademark and social media in the fashion industry: Tools that impact performance and internationalization for SMEs. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 25(1), 117-132. <https://doi.org/10.1108/JFMM-03-2020-0035>
<https://doi.org/10.1108/JFMM-03-2020-0035>
- Rizqian, D. R. (2023). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PERSPEKTIF TEORI TINDAKAN KOMUNIKATIF JURGEN HABERMAS. *Jurnal El-Hamra: Kependidikan dan Kemasyarakatan*, 8(2), 1-21. <https://doi.org/10.62630/elhamra.v8i2.121>
<https://doi.org/10.62630/elhamra.v8i2.121>
- Siswadi, S., & Syaifuddin, A. (2024). Penelitian Tindakan Partisipatif Metode Par (Participatory Action Research) Tantangan dan Peluang dalam Pemberdayaan Komunitas. *Ummul Qura Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, 19(2), 111-125. <https://doi.org/10.55352/uq.v19i2.1174>
<https://doi.org/10.55352/uq.v19i2.1174>
- Soimah, N., & Imelda, D. Q. (2023). Urgensi Legalitas Usaha Bagi UMKM. *Jurnal Benuanta*, 2(1), 21-25. <https://doi.org/10.61323/jb.v2i1.47>
<https://doi.org/10.61323/jb.v2i1.47>
- Syaifulloh, S. A. (2024). Analisis Yuridis tentang Perlindungan Hak Merek dalam Era Digital: Studi Kasus tentang Pelanggaran Hak Merek di Platform Marketplace Shopee. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 17, 433-437. <https://doi.org/10.30595/pssh.v17i.1166>
<https://doi.org/10.30595/pssh.v17i.1166>
- Syarief, E., & Junaidi, J. (2021). Perlindungan Hukum Pemegang Saham Minoritas Terhadap

Implikasi Praktik Insider Trading dalam Perdagangan Saham di Pasar Modal. *Journal of Law and Policy Transformation*, 6(1), 72. <https://doi.org/10.37253/jlpt.v6i1.4875>
<https://doi.org/10.37253/jlpt.v6i1.4875>

Trianingsih, D., Asmara, K., & Bachtiar, A. (2024). Pendampingan Legalitas Usaha Menuju UMKM Naik Kelas Di Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(4), 383-391. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i4.1161>.
<https://doi.org/10.31004/jh.v4i4.1161>