

MENINGKATKAN INTERNALISASI USAHA MELALUI INOVASI PRODUK DAN LEGALITAS USAHA UNTUK MENCIPTAKAN KUALITAS BISNIS

Sutrisno^{1*}, Moh. Mustofa², Oky Oktavian Agus Tira³, Tegar Rahmat Sampoerno⁴

¹ Universitas Bojonegoro, Indonesia, email: sutrisnounigoro123@gmail.com

² Universitas Bojonegoro, Indonesia, email: mohtoefa123@gmail.com

³ Universitas Bojonegoro, Indonesia, email: okyoktavianagustira@gmail.com

⁴ Universitas Bojonegoro, Indonesia, email: Tegarrahmat87@gmail.com

*Koresponden penulis

Article History:

Received: 29 September 2025

Revised: 23 November 2025

Accepted: 30 November 2025

Keywords: *Product Innovation;
Business Legality; Business
Identification Number (NIB);
Community Assistance.*

Abstract: *The mentoring program for the Mambo Premium Ice Small and Medium Enterprise (SME) in Bojonegoro Regency was motivated by challenges faced in product innovation and business legality. The main problems identified were the lack of product variety and attractiveness, as well as the lack of a Business Identification Number (NIB), which limits access to market opportunities and government support. This program aims to improve the competitiveness of SMEs through the development of product innovation and business legality. The approach used needs analysis, product innovation training, and assistance with NIB processing through the OSS system. The mentoring results showed significant improvements, with partners successfully creating new product variants, such as matcha, tiramisu, and taro flavors, which increased consumer appeal. In addition, partners have obtained NIBs, opening access to government facilities and increasing consumer trust. With a structured approach, this program has succeeded in building a more professional, sustainable, and competitive business foundation in the market.*

Introduction

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Srijani, 2020), khususnya di daerah berkembang seperti Kabupaten Bojonegoro. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi motor penggerak dalam menciptakan lapangan kerja baru dan memperkuat struktur ekonomi lokal. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala mendasar dalam meningkatkan daya saing, terutama terkait dengan keterbatasan inovasi produk dan ketiadaan legalitas usaha (Niravita et al., 2024).

Salah satu contohnya adalah IKM Es Mambo Premium yang mengalami permasalahan pada kurangnya variasi produk sehingga tidak mampu mengikuti tren pasar

yang semakin dinamis. Selain itu, usaha ini juga belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sehingga akses terhadap dukungan pemerintah maupun peluang pasar yang lebih luas menjadi terbatas. Kondisi ini mencerminkan tantangan nyata yang dihadapi oleh banyak UMKM di wilayah pedesaan maupun perkotaan kecil, di mana pengetahuan tentang inovasi dan legalitas usaha masih rendah.

Di lokasi kegiatan sendiri, hasil observasi menunjukkan bahwa IKM Es Mambo Premium belum memiliki standar pencatatan produksi, tidak memiliki label komposisi maupun izin edar (PIRT), serta masih mengandalkan pemasaran konvensional dari mulut ke mulut tanpa dukungan media digital. Selain itu, sekitar 85% proses penjualan hanya berfokus pada area sekitar desa, sehingga jangkauan pasar sangat terbatas. Minimnya variasi produk hanya tiga varian rasa pada saat awal survei dan belum adanya legalitas usaha semakin memperkuat hambatan dalam meningkatkan daya saing IKM tersebut.

Tantangan tersebut semakin jelas terlihat berdasarkan temuan lapangan, sehingga menimbulkan kebutuhan mendesak bagi pelaku UMKM untuk mendapatkan pendampingan yang terstruktur agar mampu mengembangkan produk yang sesuai dengan selera konsumen sekaligus memiliki dasar hukum yang kuat dalam menjalankan usaha. Pendampingan yang diberikan dalam program ini difokuskan pada dua aspek utama, yaitu pengembangan inovasi produk melalui penciptaan varian rasa baru serta fasilitasi pengurusan NIB melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). Dengan langkah tersebut, diharapkan UMKM tidak hanya mampu meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga memperoleh legitimasi usaha yang menjadi pintu masuk bagi berbagai bentuk dukungan eksternal, baik dari pemerintah maupun lembaga lain.

Kajian pustaka menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM. (Yuliyana et al., 2024) menegaskan bahwa inovasi produk berperan sebagai mediator penting dalam memperkuat orientasi pasar terhadap kinerja usaha kecil. (Sabarini et al., 2025) juga menekankan bahwa kemampuan berinovasi merupakan faktor utama dalam keberhasilan UMKM menghadapi kompetisi, terutama di pasar yang dinamis. Di sisi lain, aspek legalitas usaha juga berperan penting dalam memberikan perlindungan hukum serta akses pada fasilitas pemerintah. Menurut (Faiz Shobir Alfikri et al., 2024), rendahnya tingkat kepemilikan NIB disebabkan oleh minimnya pengetahuan pelaku usaha mengenai manfaat perizinan dan tata cara pembuatannya, padahal legalitas dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperluas peluang pasar.

Meskipun studi sebelumnya telah banyak membahas tentang pentingnya inovasi produk (Yuliyana et al., 2024); (Sabarini et al., 2025) maupun legalitas usaha (Faiz Shobir Alfikri et al., 2024), namun masih terdapat kesenjangan. Sebagian besar studi sebelumnya cenderung membahas inovasi dan legalitas secara terpisah, tanpa mengintegrasikan keduanya sebagai strategi terpadu untuk meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, studi sebelumnya juga berfokus pada wilayah perkotaan atau UMKM berskala menengah, sedangkan studi mengenai UMKM berbasis lokal di daerah berkembang seperti Kabupaten Bojonegoro masih sangat terbatas. Serta belum banyak studi yang memfokuskan pada pendampingan langsung terhadap UMKM tertentu dengan pendekatan praktis, seperti penciptaan varian produk baru sekaligus pengurusan NIB melalui OSS.

Dengan demikian, pengabdian ini menghadirkan kebaruan berupa integrasi antara pengembangan inovasi produk dan pendampingan legalitas usaha sebagai strategi komprehensif dalam pemberdayaan UMKM lokal. Pendekatan ini memperbarui studi (Azzahra et al., 2023), dan (Zed et al., 2024) yang sebelumnya lebih menekankan pada aspek inovasi semata, serta melengkapi temuan (Prestianawati et al., 2025) yang berfokus pada aspek legalitas usaha. Dengan kata lain, pengabdian ini memberikan kontribusi praktis dan teoritis dengan menggabungkan dua factor kunci, yaitu inovasi dan legalitas untuk meningkatkan daya saing UMKM, khususnya di sektor industry makanan local seperti IKM Es Mambo Premium.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah membantu UMKM Es Mambo Premium meningkatkan daya saing melalui dua strategi utama: pengembangan inovasi produk berupa varian rasa baru yang sesuai dengan tren konsumen, serta pendampingan pengurusan legalitas usaha berupa NIB. Kedua aspek ini diharapkan mampu membangun fondasi usaha yang lebih profesional, kompetitif, dan berkelanjutan. Dengan pendekatan sistematis, program ini tidak hanya memberikan solusi praktis terhadap permasalahan mitra, tetapi juga memperluas kontribusi akademis dalam literatur pemberdayaan UMKM di daerah berkembang.

Method

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis untuk menjawab kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh IKM Es Mambo Premium di Kabupaten Bojonegoro. Permasalahan utama yang menjadi fokus adalah keterbatasan inovasi produk serta belum adanya legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB). Oleh karena itu, tahapan pelaksanaan kegiatan difokuskan pada dua

dimensi penting, yaitu pengembangan inovasi produk yang relevan dengan tren pasar, dan pendampingan administrasi untuk memperoleh legalitas usaha melalui sistem Online Single Submission (OSS). Tahap pertama, yaitu persiapan dan identifikasi kebutuhan mitra, dilaksanakan pada minggu pertama, meliputi observasi lapangan dan pengumpulan informasi kebutuhan usaha. Tahap kedua, perencanaan inovasi produk, dilakukan pada minggu kedua, dengan fokus pada perumusan varian rasa baru sesuai preferensi konsumen. Tahap ketiga, perencanaan pengurusan legalitas usaha, dilaksanakan pada minggu ketiga, mencakup penyiapan berkas dan kelengkapan persyaratan pendaftaran NIB melalui OSS. Tahap keempat, implementasi dan monitoring, berlangsung pada minggu keempat hingga minggu kelima, melalui uji coba inovasi produk, penyempurnaan formulasi, serta pendampingan proses pengajuan NIB. Tahap terakhir, evaluasi dan refleksi hasil pendampingan, dilakukan pada minggu keenam, untuk menilai capaian kegiatan serta merumuskan rekomendasi keberlanjutan usaha. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara partisipatif dengan melibatkan mitra secara langsung agar terjadi transfer pengetahuan dan keterampilan yang berkesinambungan. Pendekatan integratif ini didukung oleh temuan bahwa inovasi produk mampu meningkatkan daya saing UMKM (Basir et al., 2025) dan legalitas usaha melalui NIB memberikan akses lebih luas terhadap dukungan kelembagaan serta meningkatkan kepercayaan konsumen (Wulandari & Budiantara, 2022).

Result

Kegiatan pengabdian masyarakat pada IKM Es Mambo Premium menghasilkan capaian yang sesuai dengan tujuan pendampingan, yakni peningkatan inovasi produk dan penguatan legalitas usaha. Pada aspek inovasi produk, sebelum kegiatan dimulai mitra hanya memiliki lima varian rasa yang cenderung monoton dan kurang mampu mengikuti selera pasar yang dinamis. Melalui proses identifikasi kebutuhan dan pelatihan, mitra berhasil mengembangkan empat varian baru, yaitu matcha, tiramisu, taro, dan redvelvet. Keempat varian ini dipilih berdasarkan analisis tren konsumen yang menunjukkan bahwa lebih dari 70% konsumen usia 15–30 tahun memiliki preferensi terhadap rasa modern dan unik. Hasil uji coba menunjukkan bahwa varian baru mampu menarik perhatian konsumen lebih luas, dengan respon positif yang ditunjukkan pada saat pengenalan produk di acara Car Free Day (CFD) Bojonegoro, di mana sekitar 50 pengunjung memberikan respon langsung dan sekitar 75% di antaranya menyatakan ketertarikan pada varian baru.



Gambar 1. Varian Rasa Baru

Dampak dari pengembangan inovasi produk tidak hanya terlihat pada penambahan jumlah varian, tetapi juga pada peningkatan daya tarik dan nilai jual produk. Konsumen memberikan tanggapan yang baik terkait rasa dan kemasan yang lebih variatif, sehingga produk mampu bersaing dengan minuman sejenis di pasar lokal. Respon positif terhadap varian matcha dan tiramisu menunjukkan adanya peluang besar untuk meningkatkan volume penjualan, terutama karena kedua varian tersebut menjadi pilihan utama bagi lebih dari 60% konsumen selama sesi uji coba. Dengan demikian, inovasi produk yang dilakukan tidak hanya menjawab kebutuhan konsumen, tetapi juga memperkuat daya saing usaha dalam jangka panjang.

Pada aspek legalitas usaha, hasil pendampingan menunjukkan capaian yang signifikan. Sebelum program dilaksanakan, mitra belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) yang menjadi identitas legal resmi. Hal ini membatasi mitra dalam memperoleh akses ke program pemerintah, bantuan permodalan, serta pengakuan formal di pasar. Melalui pendampingan teknis yang meliputi penyiapan dokumen, pendaftaran melalui sistem Online Single Submission (OSS), hingga penerbitan NIB, mitra akhirnya berhasil memperoleh legalitas usaha secara resmi. Dengan diperolehnya NIB, tingkat kelengkapan legalitas meningkat dari 0% menjadi 100%, menjadikan legalitas ini tonggak penting karena membuka peluang akses ke berbagai fasilitas pemerintah, meningkatkan kredibilitas di mata konsumen, serta memberikan jaminan kepastian hukum dalam operasional usaha.



PERMINTARAN REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO

NOMOR INDUK BERUSAHA: 3011240036423

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha	: TRI BUCATI
2. Alamat	: JL. SERDA MAJUN NO 43 BANJARENGAN, Desa/Kelurahan Banjarjati, Kec. Banjorengan, Kab. Banjorengan, Provinsi Jawa Timur
3. Nomor Telepon Seluler	: 81219096083
4. Email	: -
5. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: L0141 Lampiran
6. Status Usaha	: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia sebagai jaminan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses perpajakan, pendaftaran kesempatan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan kewajiban pertama Wajib Lapor Keterlaksanaan (B) Perusahaan (VLPB).

NIB ini merupakan penjamin tunggal yang berlaku sebagai persyaratan penggunaan tanda Standar Nasional Indonesia (SNI) dan Sertifikat Halal (SH).

Dibuatkan di Jakarta, tanggal: 30 November 2024

Menteri Investasi dan KEMERITAN
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Ditandatangani: 30 November 2024

1. Dokumen ini diterbitkan dalam CDB berdasarkan data dari Pelaku Usaha, bersumber dari sistem CDB, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.

2. Dokumen ini tidak sewajarnya digunakan di luar alih-alih perbaikan atau penggantian informasi.

3. Dokumen ini akan diterbitkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSN-BSSN.

4. Data terapan Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem CDB menggunakan hak akses.



Badan Koordinasi Penanaman Modal



PERMINTAAN REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO

NOMOR INDIK BERUSAHA: 3011240334423

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pemilik Usaha : TRI SUCATI
2. Alamat : Jl. SERMA MALIN NO 43 BANJARJEO, DesaKelurahanBanjarejo, Kec. Bopongnong, Kab. Bopongnong, Provinsi Jawa Timur
3. Nomor Telepon Seluler : 81219069693
4. Email : -
5. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLU) : U1141 Lampiran (PBLU)
6. Status Usaha : Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepercayaan, pendaftaran kesempatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertanggungjawaban Laporan Keterselenggaraan di Perusahaan (LKPSP).

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai persyaratan penggunaan standar Standar Nasional Indonesia (SNI) dan Sertifikasi Halal (SH).

Dibuatkan di Jakarta, tanggal: 30 November 2024

Menteri Investasi dan Hilirisasi

Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal



Ditandatangani secara elektronik



PERMINTAAN REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO

LAMPIRAN

NOMOR INDIK BERUSAHA: 3011240334423

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLU	Judul KBLU	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	50306	Pengembangan Minimum	At Istim Bopong DesaKelurahanKajuman, Kec Bopongnong, Kab. Bopongnong, Provinsi Jawa Timur	Permanen	NIB	terbit	
		Tidak Tetap	Usaha Mikro berjalan sejak: Januari 2024				

- Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLU yang tercantum dalam lampiran ini.
- Pelaku Usaha wajib memenuh persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Nama, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
- Pengisian perizinan perizinan terdapat kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga Pemerintah Daerah terkait.
- Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

Ditulis tanggal: 30 November 2024

1. Dokumen ini diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Menteri Investasi dan Hilirisasi, yang mengatur tentang jenis Perizinan Usaha.

2. Dokumen ini diterbitkan sebagai dokumen yang akan digunakan sebagai persyaratan pendaftaran dan/atau pendaftaran di Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM).

3. Dokumen ini akan diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Menteri Investasi dan Hilirisasi.

4. Data yang tertera dalam dokumen ini akan digunakan sebagai persyaratan pendaftaran dan/atau pendaftaran di Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM).

Gambar 2. Nomor Induk Berusaha (NIB) UMKM Es Mambo Premium

Selain itu, kegiatan pendampingan memberikan dampak tambahan berupa peningkatan kesadaran dan pemahaman mitra mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang profesional. Mitra tidak hanya memperoleh produk baru dan legalitas, tetapi juga mulai memahami strategi pemasaran modern, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan varian rasa baru. Setelah kegiatan, akun media sosial usaha mulai aktif dan mampu menjangkau lebih dari 800 akun dalam dua minggu pertama, menunjukkan peningkatan keterpaparan produk yang cukup signifikan. Upaya ini menjadi bagian dari transformasi usaha menuju model bisnis yang lebih adaptif, kreatif, dan sesuai

dengan perkembangan pasar digital.

Secara keseluruhan, hasil pendampingan menunjukkan bahwa kombinasi inovasi produk dan legalitas usaha mampu meningkatkan daya saing IKM Es Mambo Premium secara signifikan. Penambahan varian rasa berhasil menarik minat konsumen, sementara legalitas usaha meningkatkan kepercayaan dan membuka akses ke berbagai peluang pengembangan. Kedua capaian ini menjadi landasan yang kuat untuk mendorong keberlanjutan usaha dalam jangka panjang, sekaligus memberikan inspirasi bagi UMKM lain di Kabupaten Bojonegoro yang menghadapi permasalahan serupa.

Discussion

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa inovasi produk menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya tarik IKM Es Mambo Premium. Penambahan varian rasa baru seperti matcha, tiramisu, taro, dan redvelvet terbukti mampu menarik minat konsumen, terutama generasi muda yang cenderung menyukai cita rasa modern. Berdasarkan uji coba produk yang melibatkan ± 50 pengunjung pada kegiatan Car Free Day (CFD) Bojonegoro, sebanyak 72% responden memilih varian baru sebagai rasa yang lebih menarik dibandingkan varian lama. Hal ini sejalan dengan pendapat. Hal ini sejalan dengan pendapat (Rahayu et al., 2025) yang menyatakan bahwa inovasi produk berperan penting sebagai mediator dalam memperkuat orientasi pasar terhadap kinerja UMKM. Dengan memperhatikan tren konsumen, produk tidak hanya memiliki nilai tambah secara fungsional, tetapi juga emosional, karena konsumen merasa mendapatkan pengalaman baru yang berbeda dari produk sejenis. Dampak nyata dari inovasi ini adalah meningkatnya daya saing usaha serta potensi pertumbuhan penjualan, sebagaimana juga ditemukan dalam pengabdian masyarakat lain yang menekankan pentingnya diferensiasi produk dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Dampak nyata dari inovasi ini adalah meningkatnya daya saing usaha serta potensi pertumbuhan penjualan, sebagaimana juga ditemukan dalam studi (Istiqomah & Rachmawati, 2021) yang menekankan pentingnya diferensiasi produk dalam mempertahankan loyalitas konsumen pada UMKM kuliner.

Selain peningkatan inovasi, aspek legalitas usaha juga memberikan kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan IKM. Perolehan Nomor Induk Berusaha (NIB) menjadi langkah penting karena memberikan kepastian hukum sekaligus membuka peluang akses terhadap dukungan pemerintah (Faiz Shobir Alfikri et al., 2024). Sebelum kegiatan dimulai, mitra belum memiliki NIB (0%), namun setelah proses pendampingan legalitas meningkat menjadi 100% dengan terbitnya sertifikat NIB melalui sistem OSS. (Putri et al., 2025)

menjelaskan bahwa rendahnya kepemilikan NIB di kalangan UMKM umumnya disebabkan minimnya pengetahuan tentang manfaat dan tata cara pembuatannya. NIB tidak hanya memberikan kepastian hukum, tetapi juga membuka akses terhadap berbagai dukungan eksternal seperti pelatihan, pembiayaan, hingga peluang pasar yang lebih luas, sekaligus meningkatkan kredibilitas usaha di mata konsumen dan mitra bisnis (Puspitasari & Widodo, 2024). Selain itu, rendahnya tingkat kepemilikan NIB di kalangan UMKM sering kali disebabkan oleh minimnya pengetahuan mengenai manfaat dan tata cara pendaftarannya, dan pendampingan yang terstruktur terbukti berhasil mengatasi hambatan tersebut (Ardhania et al., 2023); (Maesaroh, 2023). Akibatnya, mitra tidak hanya memperoleh legalitas yang sah, tetapi juga semakin siap untuk mengakses pelatihan, permodalan, serta peluang pasar formal, sehingga legalitas usaha menjadi pondasi penting dalam membangun tata kelola usaha yang lebih profesional (Supartono et al., 2025); (Pertiwi & Supriyono, 2025).

Integrasi antara inovasi produk dan legalitas usaha menciptakan sinergi yang memperkuat posisi IKM Es Mambo Premium di pasar. Inovasi memungkinkan produk menjadi lebih kompetitif, sementara legalitas memberikan legitimasi dan perlindungan hukum (Achmad et al., 2024). Selaras dengan (Collins et al., 2021) yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya internal yang unik, seperti kreativitas dalam inovasi produk, yang kemudian diperkuat dengan tata kelola usaha yang akuntabel. Hal ini konsisten dengan pendekatan Resource-Based View (RBV), yang menyatakan bahwa sumber daya eksternal yang unik dapat diubah menjadi keunggulan kompetitif yang konstan (Holdford, 2018). Pendekatan serupa juga terlihat dalam kajian (Larios-Francia & Ferasso, 2023) yang menemukan bahwa inovasi dan tata kelola merupakan kombinasi strategis dalam meningkatkan kinerja UMKM di pasar yang dinamis.

Pendampingan ini juga menumbuhkan kesadaran pentingnya pengelolaan usaha yang profesional di kalangan mitra, khususnya dalam penerapan strategi pemasaran digital via media sosial, sebuah pendekatan yang sangat relevan di era ekonomi kreatif. Setelah pelaksanaan kegiatan, akun Instagram usaha mengalami peningkatan jangkauan hingga +800 akun dalam dua minggu, serta peningkatan interaksi sebesar 65% dibandingkan sebelum program. Hal ini sejalan dengan hasil pengabdian masyarakat di Desa Batu Rusa (Bangka Belitung) yang menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan media sosial secara langsung meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam pemasaran digital (Fitari et al., 2024) dan pendampingan serupa di Desa Bantarujeg (Majalengka) juga membuktikan efektivitas digitalisasi pemasaran dalam memperluas jangkauan pasar dan

mendorong penjualan (Ayuningtyas, 2024). Selaras dengan berbagai program pengabdian yang menekankan digitalisasi UMKM sebagai sarana memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing (Pratiwi et al., 2025). Penggunaan media digital bukan hanya sebagai alat promosi, tetapi juga platform interaksi langsung dengan konsumen, yang mampu memperkuat branding dan loyalitas produk.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat pada IKM Es Mambo Premium tidak hanya menyelesaikan masalah praktis yang dihadapi mitra, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan model pendampingan UMKM. Pengalaman ini dapat menjadi contoh praktik baik yang dapat direplikasi untuk UMKM lain di Kabupaten Bojonegoro maupun wilayah lain yang menghadapi permasalahan serupa. Pendekatan yang menggabungkan inovasi produk, legalitas usaha, dan strategi pemasaran digital terbukti mampu memberikan manfaat nyata, baik dalam jangka pendek berupa peningkatan daya tarik produk, maupun jangka panjang berupa keberlanjutan usaha. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya bermanfaat bagi mitra, tetapi juga bagi pengembangan ilmu dan praktik pengabdian masyarakat, khususnya di bidang inovasi dan pemberdayaan UMKM.

Conclusion

Kegiatan pengabdian masyarakat pada IKM Es Mambo Premium di Kabupaten Bojonegoro berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan daya saing usaha melalui pengembangan inovasi produk dan penguatan legalitas usaha. Program ini menghasilkan capaian nyata berupa lahirnya empat varian rasa baru—matcha, tiramisu, taro, dan red velvet—yang terbukti meningkatkan ketertarikan konsumen serta membuka peluang pasar yang lebih luas. Di sisi lain, keberhasilan mitra dalam memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS menjadi langkah strategis yang memperkuat posisi usaha secara legal sekaligus memberikan akses terhadap berbagai fasilitas dan program pemerintah. Hasil tersebut menegaskan bahwa inovasi produk yang dibarengi dengan pemenuhan aspek legalitas mampu menciptakan fondasi usaha yang lebih profesional, adaptif, dan berkelanjutan. Selain menjawab permasalahan yang sebelumnya dihadapi mitra, kegiatan ini juga memberikan kontribusi signifikan dalam penguatan kapasitas UMKM sebagai penggerak ekonomi lokal. Dengan demikian, intervensi yang dilakukan tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas usaha mitra, tetapi juga memiliki implikasi positif bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat secara lebih luas.

References

- Achmad, Z. A., Rosida, D. F., Priyadarshini, R., Safeyah, M., & Lestari, W. D. (2024). *Peran Inovasi untuk Mendorong UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Bidang Ekonomi Kreatif*.
- Ardhanian, N., Roziana Febrianita, & Ika Sari Tondang. (2023). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Untuk Kelegalitasan Umkm Kelurahan Nginden Jangkungan. *Journal of Community Service (JCS)*, 1(3), 262–267. <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.598>
- Ayuningtyas, F. N. (2024). Pemberdayaan Umkm Melalui Digitalisasi Pemasaran Di Desa Bantarujeg Kabupaten Majalengka Empowering MSMEs Through Digital Marketing in Bantarujeg Village, Majalengka Regency. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 5(01), 44–57.
- Azzahra, S. F., Yusup, E. P., Laeli, S., & Safari, Y. (2023). Pengembangan UMKM Zema Moring Melalui Inovasi Produk dan Pemasaran Online. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 10–19. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v3i1.6587>
- Basir, B., Hakim, I., Furqan, F. Al, Marihi, L. O., & Budi, W. (2025). Pendampingan UMKM Dalam Pengembangan Produk dan Branding Untuk Peningkatan Daya Saing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 5089–5098.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *PENGARUH ORIENTASI PASAR, KAPABILITAS INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA BISNIS INDUSTRI KREATIF MELALUI KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN DI KAWASAN WISATA SULAWESI SELATAN*. 167–186.
- Faiz Shobir Alfikri, A., Setya Rostanti, A., Tri Arini, D., Istigfareen, F., Ichsan Mulyadi, M., Ayu Belladonna, S., & Ulinnuha, U. (2024). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha untuk Legalitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Ngarsa: Journal of Dedication Based on Local Wisdom*, 4(1), 49–62.
- Fitari, T., Herlissha, N., & Bahri, A. (2024). Digitalisasi UMKM: Pemanfaatan Media Digital pada UMKM Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(6). <https://doi.org/10.62017/jpmi.v2i6.5626>
- Holdford, D. A. (2018). Resource-based theory of competitive advantage – A framework for pharmacy practice innovation research. *Pharmacy Practice*, 16(3), 1–11. <https://doi.org/10.18549/PharmPract.2018.03.1351>

- 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>
- Istiqomah, N., & Rachmawati, E. (2021). Diferensiasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada UMKM Kuliner. *Jurnal Kewirausahaan Dan Usaha Kecil Menengah*, 9(2), 145–156. <https://doi.org/10.35808/jkwu.v9i2.326>
- Larios-Francia, R. P., & Ferasso, M. (2023). The relationship between innovation and performance in MSMEs: The case of the wearing apparel sector in emerging countries. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100018. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100018>
- Maesaroh, S. (2023). Pentingnya Nomor Induk Bagi Keerlangsungan UMKM di Desa Kuta Ampel. *Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 924–930. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/3703>
- Niravita, A., Waspiah, Latifiani, D., Novitas, D. Y., Fikri, H. A. M., Ningsih, S. A., & Nugroho, H. (2024). Peningkatan Kapasitas dan Daya Saing UMKM Kopi Di Kabupaten Temanggung Melalui Legalitas Usaha. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/4263>, 5(4), 4653–4664.
- Pertiwi, N. D. A., & Supriyono, S. (2025). Pendampingan NIB UMKM Mie Hazrat Sebagai Upaya Mewujudkan Bisnis Berkelanjutan di Kelurahan Babat Jerawat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(1), 943–948.
- Pratiwi, A. A., Selasi, D., & Suharto, T. H. (2025). Pendampingan Digitalisasi UMKM, Branding dan Manajemen Laporan Keuangan Desa Sukarendah. *De Banten-Bode: Jurnal ...*, 6(1), 1–8.
- Prestianawati, S. A., Syafitri, W., Tamin, A. K. A., & Fawwaz, M. (2025). Pemberdayaan UMKM untuk keberlanjutan usaha melalui penguatan manajemen keuangan, operasional, dan legalitas (NIB). *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(2), 339–347. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i2.23402>
- Puspitasari, A. H., & Widodo, C. (2024). Peranan Nomor Induk Berusaha (NIB) Sebagai Legalitas Usaha Bagi Pertumbuhan Bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti Role of the Business Identification Number (NIB) as Business Legality for the Growth of the MSME Business Tape Semen Bu Suwarti. *MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, 2(4), 17–27.

- Putri, D. A., Maulana, G. saka, & Rivaldi, M. C. (2025). Pendekatan Multidimensional terhadap Aspek Hukum dalam StudiKelayakan Bisnis: Tinjauan Yuridis, Prosedur Perizinan,Pembentukan dan Legalitas Badan Usaha, serta Implikasinya terhadap Keberlanjutan dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2 No. 2(2), 557–570.
- Rahayu, S., Baturaja, U., Baturaja, U., Baturaja, U., Wiranata, H., Baturaja, U., Sari, P. I., & Baturaja, U. (2025). *Inovasi Produk Sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi*. 8(2), 1440–1457.
- Sabarini, N. E., Isnawati, I., & Hendayana, Y. (2025). Membangun Daya Saing yang Kuat: Studi tentang Inovasi, Kepemimpinan, dan Kemampuan Beradaptasi di Kalangan Pengusaha. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 149–159.
- Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Supartono, Shahyatul, I. A., Rosanti, V. C., Anggraini, A. S., Saputri, A., Anggun, E., & Laurenza, D. (2025). Sosialisasi dan Pendampingan Pembuatan NIB bagi Pelaku Usaha UMKM di Desa Nagasari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(5), 1023–1029.
- Yuliyana, Y., Hendriyeni, Y., & Pujani, V. (2024). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Jasa Usaha Pesta di Sumatera Barat Melalui Inovasi sebagai Variabel Mediasi. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(6), 2923–2932. <https://doi.org/10.38035/rrj.v6i6.1190>
- Zed, E. Z., Muniroh, S. Al, Sabrina, A., & Novitasari. (2024). Strategi Inovasi Produk dan Pemasaran untuk Meningkatkan Keberlanjutan UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2016), 48610–48613.