

LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT INTERNAL DOSEN



OPTIMALISASI LEGALITAS DAN PENINGKATAN CITRA MEREK
UMKM SWARNA RASA CAKE & BAKERY MELALUI
PENDAMPINGAN INTENSIF DALAM PROSES
PERIZINAN DAN REBRANDING

Tim Pengusul:

Endang, S.E., M.M.

Hartiningsih Astuti, S.E., M.M.

Hening Anitasari, SE. MM

Novita Sari

Nomor Kontrak:

028 /LPPM-PENGMAS/UB/V/2025

Dibiayai oleh:

Universitas Bojonegoro

Periode 2 Tahun Anggaran 2024/2025

UNIVERSITAS BOJONEGORO

2025

HALAMAN PENGESAHAN

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENDANAAN PERGURUAN TINGGI

1. Judul Pengabdian : Optimalisasi Legalitas dan Peningkatan Citra Merek UMKM Swarna Rasa Cake & Bakery melalui Pendampingan Intensif dalam Proses Perizinan dan Rebranding
2. Ketua
 - a. Nama Peneliti : Endang, S.E., M.M.
 - b. NIDN : 0725058006
 - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - d. E-mail : endangse022@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi
3. Anggota 1
 - a. Nama Dosen : Hartiningsih Astuti, S.E., M.M
 - b. NIDN : 0723126202
 - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - d. E-mail : hastutiunigoro@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : EkonomiAnggota 2
 - a. Nama Dosen : Hening Anitasari, SE. MM
 - b. NIDN : 0716127701
 - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - d. E-mail : heninganita@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi PembangunanAnggota 3
 - a. Nama Mahasiswa : Novita Sari
 - b. NIM : 22602011112
 - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - d. E-mail : sarinovitaa24@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi
4. Jangka Waktu Pengabdian : 4 Bulan
6. Lokasi Pengabdian : Desa Glagahwangi Kecamatan Sugihwaras, Kabupaten Bojonegoro
7. Dana Diusulkan : Rp. 2.000.000,-

Mengetahui,
Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

Bojonegoro, 19 September 2025
Pengusul,

Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.
NIDN 07 2108 8601

Endang, S.E., M.M.
NIDN. 0725058006

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, kami dapat menyusun laporan pengabdian ini yang didanai secara internal oleh Universitas Bojonegoro dengan judul **“Optimalisasi Legalitas dan Peningkatan Citra Merek UMKM Swarna Rasa Cake & Bakery melalui Pendampingan Intensif dalam Proses Perizinan dan Rebranding”**. Dalam pengabdian ini, kami menyadari bahwa terdapat berbagai kekurangan dan kesulitan, baik berupa hambatan maupun rintangan, sehingga proposal kami ini jauh dari kata sempurna. Namun, pelaksanaan pengabdian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Arief Januwarso, S.Sos, M.Si, Selaku Ketua Yayasan Universitas Bojonegoro.
2. Ibu Dr. Tri Astuti Handayani, S.H., M.Hum, Selaku Rektor Universitas Bojonegoro.
3. Ibu Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc., Selaku Ketua LPPM Universitas Bojonegoro.
4. Ibu Endang, S.E., M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bojonegoro
5. Dr. Moh. Saiful Anam, S.E., M.M., selaku Kaprodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Bojonegoro.
6. Ibu Yutini selaku Pemilik Usaha Swarna Rasa Cake & Bakery.

Kami berharap agar saran dan petunjuk yang bersifat membangun dapat membantu kami dalam memperbaiki dan menyempurnakan program ini. Semoga pengabdian ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi setiap orang yang membacanya, serta mendukung pertumbuhan UMKM di era digital.

Bojonegoro, 19 September 2025
Penulis,

ENDANG, S.E., M.M.
NIDN. 0725058006

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
ABSTRAK	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Isu dan Fokus Pengabdian.....	1
1.2 Lokasi Pendampingan.....	3
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN	4
2.1 Solusi Permasalahan Pendampingan.....	4
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	6
3.1 Teknik Pendampingan	6
3.2 Strategi Yang Digunakan	6
3.3 Tahapan Kegiatan	7
BAB IV KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI.....	9
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	10
5.1 Hasil Pendampingan	10
5.2 Pembahasan	16
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	18
6.1 Kesimpulan	18
6.2 Saran.....	19
DAFTAR PUSTAKA	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Design Logo	12
Gambar 2. Palet Warna Latar	12
Gambar 3. Palet Warna Logo	13
Gambar 4. Jenis Font dan Palet Warna Brand	13
Gambar 5. Font dan Palet Warna Tagline	13
Gambar 6. Penerapan logo pada media sosial dan situs web	15
Gambar 7. Design kartu nama	15
Gambar 8. Penggunaan Logo untuk Merch / Seragam Pegawai	16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Kesanggupan Mitra	22
Lampiran 2. Permohonan Pengajuan Dana Pengabdian Masyarakat.....	23
Lampiran 3. Logbook Pengabdian Masyarakat	24
Lampiran 4. Bukti Jurnal	25
Lampiran 5. Dokumentasi Pengabdian Masyarakat.....	26
Lampiran 6. Nomer Izin Berusaha	27

ABSTRAK

UMKM Swarna Rasa Cake & Bakery yang berlokasi di Desa Sugihwaras, Bojonegoro, merupakan usaha kuliner tradisional yang telah beroperasi dalam waktu yang cukup lama. Namun demikian, UMKM ini menghadapi permasalahan mendasar berupa ketiadaan aspek legalitas formal dan lemahnya identitas visual yang berdampak pada terbatasnya akses pasar serta rendahnya daya saing di era digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas pendekatan dual transformation dalam meningkatkan legalitas usaha dan memperkuat branding UMKM tradisional. Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain action research yang melibatkan partisipasi aktif pelaku usaha. Metode pengabdian dirancang untuk menganalisis efektivitas pendekatan dual transformation dalam meningkatkan legalitas usaha dan memperkuat branding UMKM tradisional.. Tahapan penelitian meliputi: (1) sosialisasi dan pelatihan prosedur legalitas usaha (2) pendampingan administratif dalam pengajuan Nomor Induk Berusaha (NIB) (3) rebranding identitas visual melalui diskusi kolaboratif, desain partisipatif, dan validasi visual (4) evaluasi dampak berkelanjutan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi proses transformasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM berhasil memperoleh NIB sebagai legitimasi formal usaha dan mengembangkan identitas visual baru berupa logo serta tagline yang mengintegrasikan nilai tradisional dengan pendekatan kontemporer. Proses pendampingan terbukti efektif dalam meningkatkan literasi hukum dan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya legalitas serta strategi branding dalam pengembangan bisnis berkelanjutan. Penelitian ini menghasilkan model transformasi integratif yang dapat direplikasi untuk pengembangan UMKM tradisional serupa, khususnya yang dikelola generasi senior dengan keterbatasan akses teknologi dan informasi. Temuan menunjukkan bahwa implementasi dual transformation pada aspek legalitas dan branding secara simultan dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM di tingkat lokal maupun regional.

Kata Kunci: UMKM_Tradisional; Legalitas_Usaha; Rebranding; Dual_Transformation; Pemberdayaan_Masyarakat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Isu dan Fokus Pengabdian

Di era persaingan ekonomi yang semakin ketat dan regulasi usaha yang semakin kompleks, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan ganda dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing mereka. UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi nasional dengan kontribusi signifikan terhadap PDB, tetapi juga menjadi penyerap tenaga kerja yang substansial di Indonesia (Sofyan, 2017). Namun, banyak UMKM tradisional menghadapi kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan regulasi dan tuntutan pasar modern, terutama terkait legalitas usaha dan strategi pemasaran yang efektif.

Swarna Rasa Cake & Bakery, sebuah produsen roti kering tradisional di desa Sugihwaras, Bojonegoro, Jawa Timur, merepresentasikan dilema klasik yang dihadapi oleh usaha warisan dengan sejarah panjang. Berdiri sejak lama, usaha ini telah membangun reputasi untuk kualitas produk yang konsisten dan autentik. Namun, sebagai usaha yang dikelola oleh pemilik berusia lanjut, produsen menghadapi kendala signifikan dalam dua aspek krusial: legalitas usaha dan pembaruan citra merek. Keterbatasan pemahaman mengenai prosedur perizinan yang semakin kompleks dan kurangnya familiaritas dengan strategi branding modern menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha ini (Noraga et al., 2023).

Tantangan pertama yang dihadapi pemilik usaha adalah kompleksitas prosedur perizinan. Meskipun memiliki pengalaman produksi puluhan tahun, usaha ini masih beroperasi tanpa kelengkapan dokumen legal salah satunya Nomor Izin Berusaha (NIB) (Nugroho, 2024). Hal ini tidak hanya membatasi akses pasar, tetapi juga meningkatkan risiko legal dan mengurangi kepercayaan konsumen modern yang semakin memperhatikan aspek keamanan pangan.

Ketidakhahaman pemilik usaha mengenai alur birokrasi dan persyaratan dokumentasi menjadi penghalang utama dalam formalisasi usaha, meskipun produk mereka secara kualitas telah memenuhi standar industri.

Tantangan kedua berkaitan dengan citra merek yang sudah ketinggalan zaman. Logo dan kemasan yang dikembangkan bertahun-tahun lalu tidak lagi relevan dengan preferensi visual konsumen kontemporer. Penelitian Aziz et al., (2024) mengonfirmasi bahwa desain kemasan tradisional cenderung kalah bersaing di pasar modern, terutama di platform digital dan supermarket. Selain itu, merek Swarna Rasa Cake & Bakery yang kuat secara lokal belum dimanfaatkan secara optimal melalui strategi branding yang kohesif, termasuk ketiadaan presence digital dan keterbatasan strategi komunikasi visual. Dalam konteks ini, pendampingan intensif dalam proses perizinan dan rebranding muncul sebagai solusi strategis untuk mengoptimalkan potensi UMKM Swarna Rasa Cake & Bakery.

Kebaruan (novelty) pendekatan yang digunakan dalam pengabdian ini terletak pada integrasi dua aspek krusial pengembangan UMKM yang seringkali ditangani secara terpisah: formalisasi usaha melalui perizinan dan peningkatan daya saing melalui rebranding. Berbeda dengan pendekatan konvensional yang cenderung memisahkan aspek legal-administratif dan strategi pemasaran, pengabdian ini mengadopsi framework "Dual Transformation" yang mengintegrasikan kedua aspek tersebut dalam satu roadmap. Kesenjangan (gap) yang ditangani melalui pengabdian ini berkaitan dengan karakteristik spesifik UMKM warisan (*heritage MSME*) yang dikelola oleh generasi senior. Mayoritas program pengembangan UMKM, dirancang dengan asumsi literasi digital dan adaptabilitas yang lebih tinggi di pihak pelaku usaha. Akibatnya, UMKM tradisional seringkali tertinggal dalam adopsi praktik bisnis modern, meskipun memiliki produk berkualitas dan basis konsumen loyal. Pengabdian ini dirancang secara spesifik untuk menjembatani kesenjangan tersebut melalui pendekatan pendampingan yang mempertimbangkan karakteristik unik UMKM warisan.

Melalui implementasi pendampingan intensif dalam proses perizinan dan rebranding, pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM Swarna Rasa Cake & Bakery dalam menghadapi persaingan pasar modern. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada output berupa perizinan legal dan identitas visual baru, tetapi lebih jauh pada transfer pengetahuan dan pengembangan kapasitas internal UMKM untuk keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan mengoptimalkan aspek legalitas dan citra merek secara simultan, diharapkan Swarna Rasa Cake & Bakery dapat meningkatkan daya saingnya, memperluas pasar, dan pada akhirnya berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal di desa Sugihwaras.

1.2 Lokasi Pendampingan

Pengabdian ini berfokus pada UMKM Swarna Rasa Cake & Bakery yang berlokasi di Desa Sugihwaras, Kecamatan Sugihwaras, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur. UMKM ini telah beroperasi lama dan telah membangun reputasi produk berkualitas di kalangan masyarakat lokal.

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi pengembangan yang dimiliki UMKM tradisional di wilayah tersebut. Meski memiliki produk unggulan, Roti Kering Mbah Tin menghadapi dua kendala utama. Pertama, pemilik yang sudah berusia lanjut mengalami kesulitan memahami proses pengurusan NIB yang menjadi prasyarat formal untuk pengembangan usaha. Kedua, identitas merek yang masih sangat konvensional dengan desain logo dan kemasan yang kurang kompetitif di pasar modern. Melalui program pendampingan ini, kami akan membantu UMKM dalam proses pengurusan NIB dan melakukan rebranding untuk meningkatkan daya saing usaha. Upaya ini diharapkan dapat memperluas akses pasar dan berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal di Desa Sugihwaras.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN

2.1 Solusi Permasalahan Pendampingan

Untuk mengatasi tantangan dalam memenuhi legalitas usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen, program ini menekankan pentingnya kelengkapan Nomor Izin Berusaha (NIB) sebagai fondasi dasar pengembangan Swarna Rasa Cake & Bakery. Peserta akan diberikan pemahaman komprehensif mengenai manfaat perizinan, prosedur pengajuan, serta dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk memperoleh sertifikat NIB, melalui sesi sosialisasi dan pelatihan yang terstruktur.

Dalam rangka mendukung kemajuan yang berkelanjutan, program ini juga dirancang untuk memberikan pendampingan lanjutan berupa asistensi intensif selama proses pengajuan izin dan fasilitasi komunikasi dengan instansi terkait. Evaluasi berkala akan dilaksanakan untuk memantau perkembangan status pengurusan izin, mengidentifikasi potensi kendala di lapangan, serta menyusun langkah-langkah penyelesaian yang tepat. Pendekatan ini diharapkan dapat mempercepat proses legalisasi Swarna Rasa Cake & Bakery, meningkatkan kredibilitas produk di mata konsumen, serta membuka peluang distribusi ke pasar yang lebih luas.

2.2 Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan

Pendampingan dalam pengurusan izin NIB telah terbukti efektif dalam meningkatkan legalitas usaha UMKM. Kusmanto & Warjio, (2019) dalam studi mereka menunjukkan bahwa melalui pendampingan yang terstruktur, UMKM berhasil memahami dan memenuhi persyaratan perizinan NIB, yang pada akhirnya meningkatkan keamanan pangan produk mereka. Demikian pula, Prastiwi et al., (2022) menekankan pentingnya pendampingan dalam pengurusan izin NIB sebagai langkah awal pengembangan dan perluasan pasar.

Dalam konteks rebranding, pendekatan partisipatif telah terbukti efektif dalam meningkatkan identitas merek UMKM. (Arni & Sianturi, 2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa melalui pelatihan dan pendampingan, UMKM berhasil meningkatkan kualitas produk dan pemasaran mereka, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing dan kesejahteraan masyarakat setempat. Selain itu, pendekatan partisipatif dalam desain branding memungkinkan pelaku UMKM untuk lebih terlibat dan merasa memiliki terhadap identitas merek mereka.

Teori Yang Relevan:

1. Teori Legitimasi (Suchman, 1995): Menjelaskan bahwa legalitas formal memberikan legitimasi pada usaha kecil, meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas akses ke pasar formal seperti supermarket dan platform e-commerce.
2. Teori Brand Equity (Aaker, 1991): Menyatakan bahwa citra merek yang kuat (melalui logo, tagline, dan kemasan yang efektif) meningkatkan persepsi kualitas, loyalitas konsumen, dan nilai kompetitif produk.
3. Diffusion of Innovation Theory (Rogers, 2003): Menjelaskan bagaimana inovasi baru, termasuk perubahan dalam strategi branding, dapat diadopsi secara bertahap oleh pelaku UMKM melalui tahapan pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi.
4. Pendekatan Participatory Development (Chambers, 1994): Menekankan pentingnya keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam seluruh proses perubahan (baik legalisasi maupun rebranding) untuk meningkatkan keberlanjutan dan rasa kepemilikan terhadap hasil pengabdian.

Teori-teori dan riset terdahulu ini akan menjadi landasan dalam merancang dan melaksanakan program pengabdian. Dengan memadukan pemahaman teoretis dan bukti empiris, program ini diharapkan dapat menghasilkan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan Swarna Rasa Cake & Bakery.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Teknik Pendampingan

Berikut ini adalah tahapan kegiatan yang dilaksanakan untuk mengimplementasikan pendampingan

Program Kerja: Pendampingan Pembuatan Nomor Izin Berusaha (NIB)

a) *Coaching personal*

Memberikan bimbingan langsung kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya legalitas usaha dan langkah-langkah pengurusan NIB.

b) *Asistensi Administratif*

Membantu pelaku UMKM dalam melengkapi dan menyiapkan dokumen-dokumen persyaratan administrasi NIB.

c) *Monitoring Berkala*

Melakukan pemantauan rutin atas progres pengajuan NIB dan memberikan dukungan penyelesaian hambatan yang muncul.

Program Kerja: Pembuatan Identitas Visual, Rebranding Logo dan Tagline

a) *Pendampingan Intensif*

Tim akan melakukan pendampingan intensif selama sesi awal, melibatkan pemilik UMKM dalam proses kreatif untuk memastikan bahwa identitas visual, logo, dan tagline benar-benar mencerminkan nilai dan visi Nadhea Bakery.

b) *Sesi Kolaboratif*

Pendampingan dilakukan dengan pendekatan kolaboratif, melibatkan sesi diskusi dan brainstorming secara langsung dengan pemilik UMKM untuk menggali ide-ide terkait karakteristik yang ingin ditonjolkan

3.2 Strategi Yang Digunakan

Program Kerja: Pendampingan Pembuatan Nomor Izin Berusaha (NIB)

a) *Pendekatan Personal dan Partisipatif*

Mengajak pelaku UMKM terlibat aktif dalam setiap tahap, sehingga meningkatkan pemahaman dan kemandirian mereka dalam mengurus perizinan.

b) *Penyederhanaan Informasi*

Menyusun panduan sederhana tentang prosedur NIB agar lebih mudah dipahami dan diikuti oleh pelaku UMKM.

Program Kerja: Pembuatan Identitas Visual, Rebranding Logo dan Tagline

a) *Pendekatan Personal*

Strategi ini menekankan pada pemahaman mendalam terhadap visi, misi, dan karakteristik unik dari Swarna Rasa Cake & Bakery, sehingga identitas visual, logo, dan tagline yang dihasilkan benar-benar representatif.

b) *Riset Trend dan Kompetitor*

Melakukan riset tren pasar terkini dan kompetitor di sekitar untuk memastikan bahwa hasil akhir relevan dan tetap menarik bagi target pasar.

c) *Studi kasus UMKM roti sukses Konsep Minimalis dan Profesional*

Menggunakan konsep desain minimalis yang mudah dikenali dan profesional untuk menciptakan citra yang memiliki gabungan tradisional dan modern namun mudah diingat oleh pelanggan.

d) *Pendekatan Berbasis Nilai (Value-Based Approach)*

Memastikan bahwa semua elemen desain mencerminkan nilai yang ditawarkan Swarna Rasa Cake & Bakery kepada pelanggannya, seperti kualitas bahan, keaslian rasa, dan layanan ramah.

3.3 Tahapan Kegiatan

Program Kerja: Pendampingan Pembuatan Nomor Izin Berusaha (NIB)

1. Identifikasi Produk : Menentukan apakah produk Swarna Rasa Cake & Bakery termasuk kategori yang memenuhi syarat.
2. Persiapan Berkas Administrasi : mengumpulkan dokumen yang dibutuhkan untuk pengajuan

3. Pengajuan Permohonan NIB: Mendampingi dalam proses pendaftaran NIB di dinas terkait, mulai dari pengisian formulir hingga pengumpulan berkas.
4. Penerimaan Sertifikat NIB: Mendampingi pelaku UMKM hingga penerbitan dan penerimaan sertifikat serta nomor NIB resmi.

Program Kerja: Pembuatan Identitas Visual, Rebranding Logo dan Tagline

1. Analisis dan Diskusi Awal: Diskusi dengan pemilik untuk memahami visi, misi, dan karakteristik yang diinginkan.
2. Riset dan Penyusunan Konsep Awal: Melakukan riset pasar dan kompetitor serta menyusun konsep awal untuk identitas visual, logo, dan tagline.
3. Workshop Pengembangan Desain: Sesi kolaboratif untuk memilih dan mengembangkan konsep terbaik, termasuk dasar pemilihan warna, bentuk, dan font.
4. Finalisasi dan Implementasi: Penyelesaian desain akhir dan implementasi pada media promosi, seperti profil media sosial dan produk.
5. Evaluasi dan Pendampingan Lanjutan: Evaluasi dampak identitas visual baru melalui feedback pelanggan dan performa di media digital, serta sesi konsultasi jika diperlukan.

BAB IV

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Perguruan Tinggi Bojonegoro, yang mengajukan program pengabdian masyarakat ini, memiliki Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Program pengabdian masyarakat di Universitas Bojonegoro merupakan salah satu aktivitas rutin yang dilaksanakan oleh LPPM dan telah menjadi bagian integral dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. LPPM Universitas Bojonegoro secara aktif berupaya untuk meningkatkan partisipasi dosen dalam kegiatan pengabdian masyarakat melalui berbagai upaya, seperti menyelenggarakan pelatihan penulisan proposal pengabdian. Langkah-langkah ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah proposal pengabdian masyarakat yang diajukan dan berhasil mendapatkan pendanaan, baik dari DIKTI maupun lembaga lainnya.

Universitas Bojonegoro terdiri dari enam fakultas yang dibagi dalam empat rumpun ilmu, yaitu: Pertanian, Ekonomi, Sosial, Hukum, serta Sains dan Teknik. Dengan berbagai keahlian dan fokus keilmuan yang ada, universitas ini memiliki kapasitas dan kompetensi untuk melaksanakan program pengabdian masyarakat secara luas dan berdampak.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Pendampingan

Hasil pengabdian masyarakat terdiri dari beberapa kegiatan, diantaranya sebagai berikut:

1. Pendampingan Pembuatan Nomor Izin Berusaha (NIB)

Dampak Positif bagi UMKM:

Aspek Legalitas: UMKM Swarna Rasa kini memiliki status legal yang jelas sebagai badan usaha. Kepemilikan NIB memberikan pengakuan resmi dari pemerintah terhadap keberadaan usaha ini, yang sebelumnya beroperasi tanpa izin formal. Hal ini sejalan dengan studi yang menyatakan bahwa legalisasi usaha meningkatkan kredibilitas UMKM di mata konsumen dan mitra bisnis (Amalia & Muhaemin, 2024; Asyraf et al., 2024).

Aspek Akses Permodalan: Dengan memiliki NIB, UMKM Swarna Rasa kini dapat mengakses berbagai skema pembiayaan formal dari perbankan dan lembaga keuangan lainnya. Sebelumnya, ketiadaan dokumen legal menjadi hambatan utama dalam pengajuan kredit usaha. NIB menjadi salah satu persyaratan wajib yang diminta oleh institusi keuangan untuk verifikasi legitimasi usaha.

Aspek Ekspansi Pasar: NIB membuka peluang bagi UMKM untuk mengikuti tender pemerintah, bermitra dengan perusahaan besar, dan mengakses marketplace e-commerce yang mensyaratkan dokumen legal. Hal ini berpotensi meningkatkan jangkauan pasar dan omzet usaha secara signifikan.

Keberlanjutan Program

Peningkatan Kapasitas UMKM: Program ini tidak hanya menghasilkan NIB, tetapi juga meningkatkan kapasitas pemilik UMKM dalam memahami aspek legal dan administratif usaha. Transfer knowledge yang terjadi selama pendampingan memberikan bekal untuk pengurusan dokumen lain di masa depan.

Replikasi Model: Model pendampingan yang diterapkan dapat direplikasi untuk UMKM lain di sekitar wilayah operasi. Dokumentasi proses dan lessons learned dapat menjadi panduan untuk program serupa di masa mendatang.

2. Pembuatan Identitas Visual, Rebranding Logo dan Tagline

Logo Baru yang Representatif

Logo baru yang dikembangkan berhasil mengintegrasikan konsep "Swarna" yang bermakna emas atau keemasan dengan karakteristik produk bakery yang berkualitas tinggi. Desain logo mengadopsi elemen visual yang mencerminkan kemewahan dan kualitas premium melalui pemilihan warna gold yang dominan, dikombinasikan dengan accent warna coklat yang merepresentasikan produk bakery dan cake yang menjadi core business perusahaan.

Filosofi desain logo baru ini dibangun berdasarkan tiga pilar utama yaitu heritage, quality, dan creativity. Elemen heritage tercermin dari penggunaan ornamen klasik yang memberikan kesan established dan dapat dipercaya, sementara aspek quality ditonjolkan melalui tipografi yang elegan dan clean dengan font yang mudah dibaca namun tetap sophisticated. Kreativitas diwujudkan melalui integrasi symbol cake dan wheat yang distilisasi secara modern, menciptakan visual identity yang unik dan memorable. Logo baru ini juga dirancang dengan mempertimbangkan fleksibilitas aplikasi, dapat digunakan secara optimal baik dalam format horizontal maupun vertikal, serta adaptable untuk berbagai media dari packaging hingga digital platform.

Tagline "Warisan Rasa dalam Kreasi Istimewa"

Pemilihan tagline merupakan hasil dari analisis mendalam terhadap unique selling proposition Swarna Rasa Cake & Bakery. Tagline ini berhasil mengkomunikasikan tiga value proposition utama UMKM secara simultan. Kata "Warisan" menekankan pada tradisi dan kualitas yang telah teruji waktu, memberikan *sense of trust* dan *reliability* kepada konsumen. "Rasa" menjadi fokus utama yang menegaskan commitment terhadap kualitas *taste* yang menjadi differentiator utama dari kompetitor. Sementara "Kreasi Istimewa"

mengkomunikasikan inovasi dan customization yang menjadi keunggulan dalam melayani kebutuhan spesifik pelanggan.

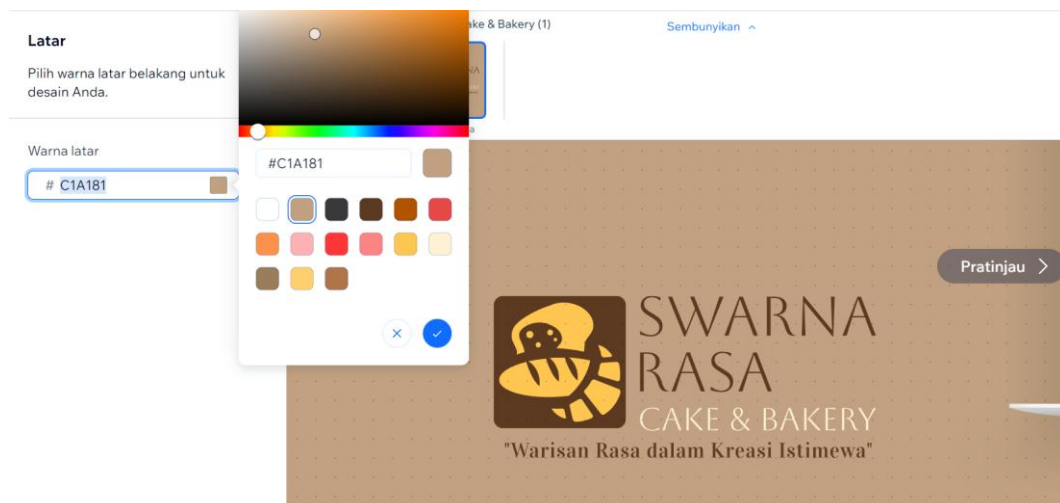


Gambar 1. Design Logo

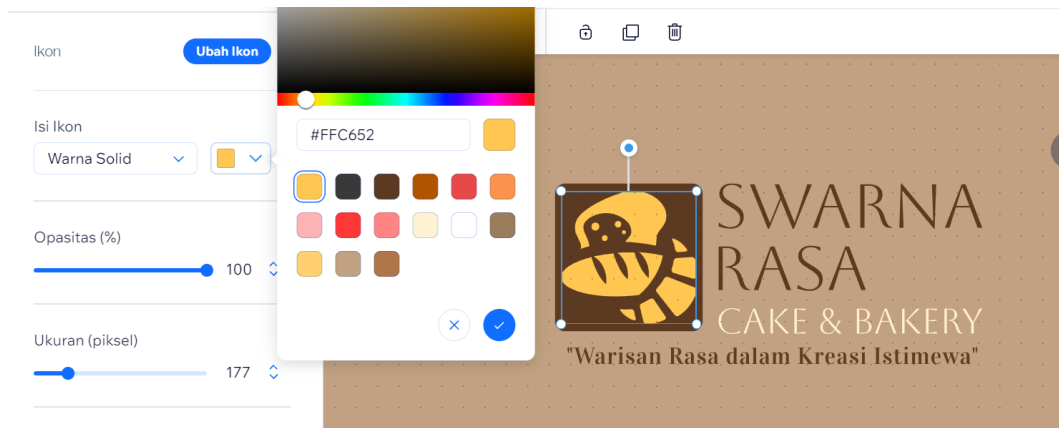
Sustainability identitas visual baru ini juga telah dipertimbangkan dalam proses desain, dimana logo dirancang dengan konsep timeless design yang tidak mudah outdated.

Panduan Identitas Visual

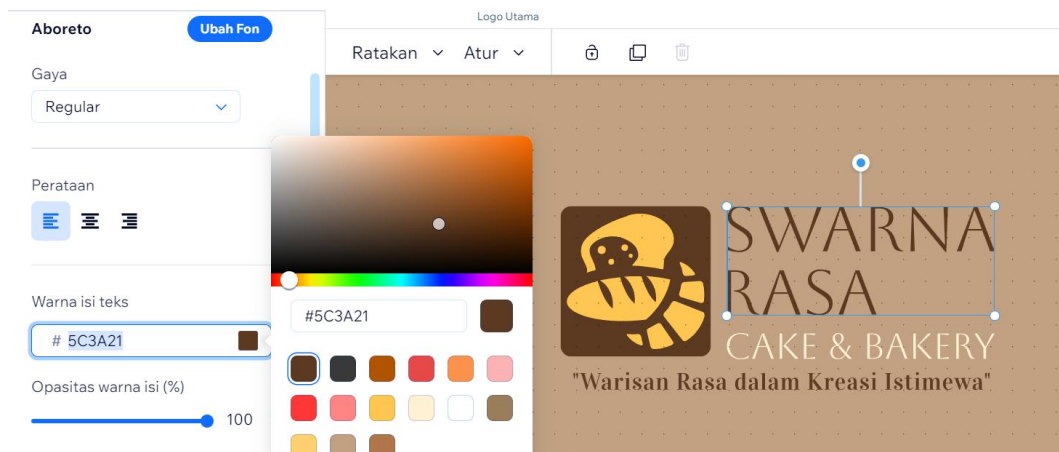
Panduan ini mencakup palet warna utama. panduan ini dilengkapi dengan pedoman penggunaan logo, warna, dan elemen visual pada berbagai media seperti kemasan, media sosial, dan materi promosi.



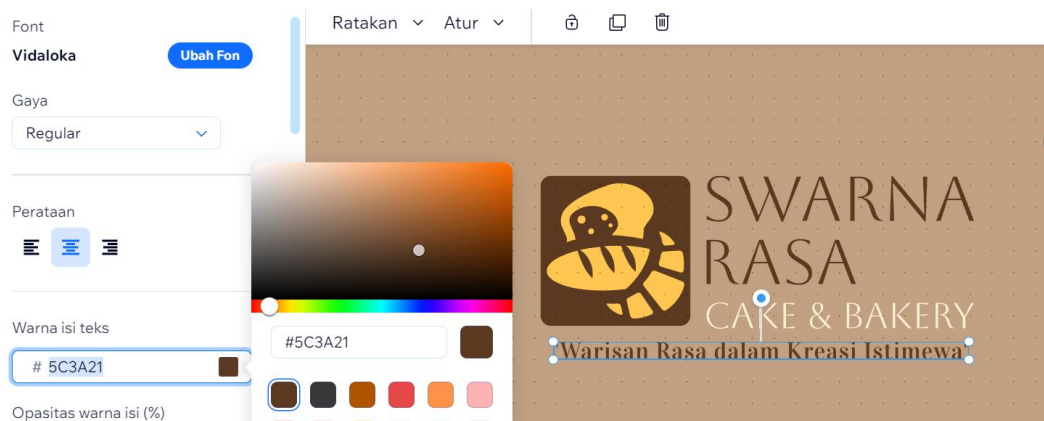
Gambar 2. Palet Warna Latar



Gambar 3. Palet Warna Logo



Gambar 4. Jenis Font dan Palet Warna Brand



Gambar 5. Font dan Palet Warna Tagline

Palet warna pada logo yang digunakan memiliki arti sebagai berikut:

- **Kode Warna # C1A181 (Cokelat Muda Kayu)**

Penggunaan: Pada latar belakang logo.

Makna:

- Menciptakan kesan hangat, alami, dan tradisional.
- Mengingat pada warna bambu, tampah, atau meja kayu dapur tempat jajanan tradisional biasa disajikan.
- Memberikan nuansa nostalgia, sederhana tapi elegan
- **Kode Warna #FFC652 (Emas Terang / Gold Muda)**

Penggunaan: Pada logo

Makna:

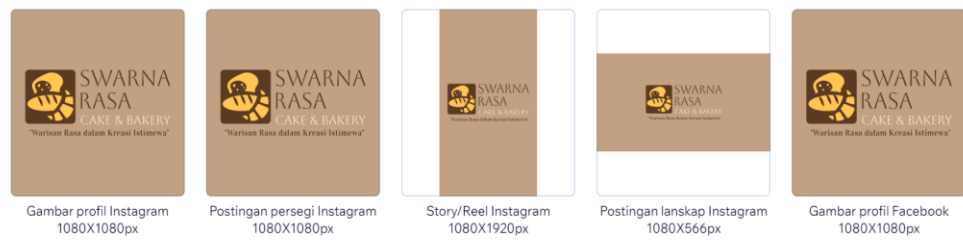
- Melambangkan keberkahan, nilai tinggi, dan kualitas premium
- Warna emas identik dengan kata "Swarna" yang berarti emas dalam Sanskerta
- Memberikan kesan cerah, menarik perhatian, dan positif
- **Kode Warna #5C3A21 (Cokelat Rempah Tua)**

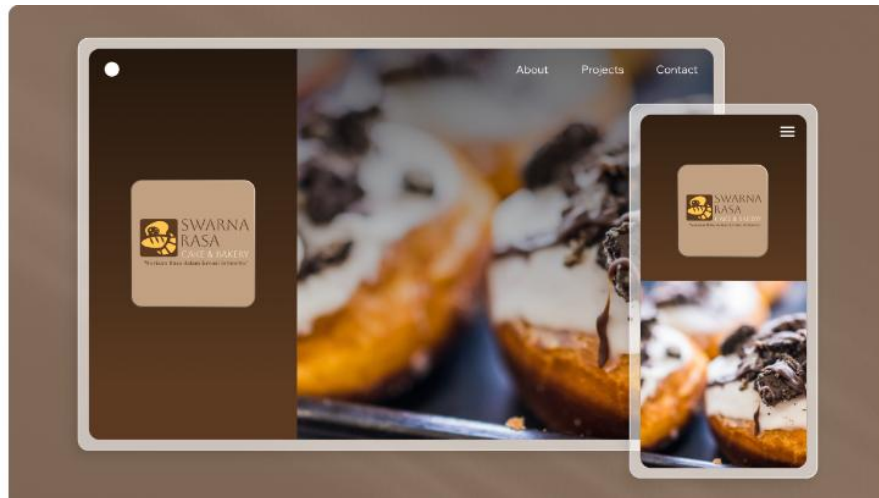
Penggunaan: Pada teks utama ("SWARNA RASA"), Tagline dan latar logo

Makna:

- Mewakili kekayaan rasa tradisional dan bahan alami seperti gula aren, kayu manis, atau kelapa
- Memberi kesan kuno, kuat, dan berakar pada budaya lokal
- Cokelat tua juga menambah kesan elegan dan berkelas, tanpa meninggalkan nuansa tradisi

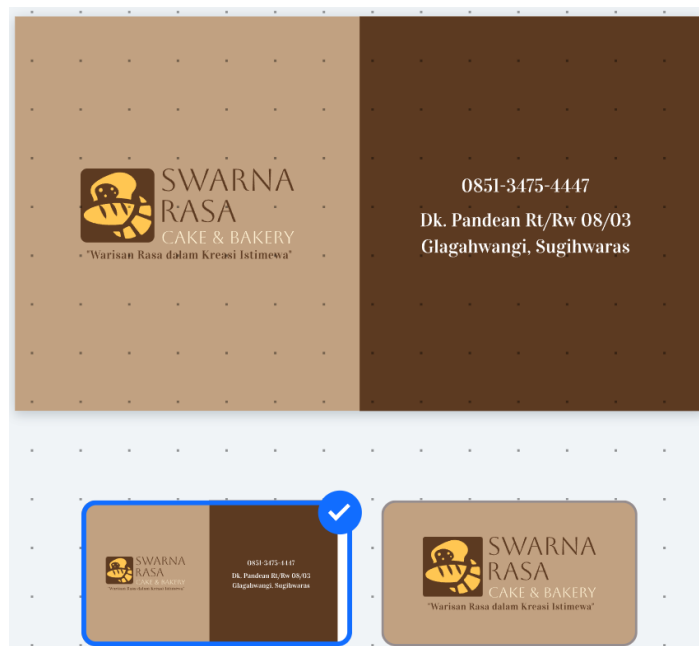
Contoh penggunaan logo, warna, dan elemen visual pada berbagai media sosial, dan materi promosi





Gambar 6. Penerapan logo pada media sosial dan situs web

Berikut contoh penggunaan logo pada kartu nama yang disesuaikan dengan identitas terbaru



Gambar 7. Design kartu nama



Gambar 8. Penggunaan Logo untuk Merch / Seragam Pegawai

5.2 Pembahasan

Program pendampingan pembuatan NIB untuk UMKM Swarna Rasa Cake & Bakery berhasil mencapai tujuan utama dengan diperolehnya dokumen legal usaha yang diperlukan NIB tertera pada **Lampiran 6**. Program ini memberikan dampak positif tidak hanya dari aspek compliance regulasi, tetapi juga membuka peluang pengembangan usaha yang lebih luas. Temuan ini sejalan dengan studi Kusmanto & Warjio (2019) yang menunjukkan bahwa legalitas usaha berkorelasi positif dengan peningkatan omzet UMKM. Model pendampingan yang diterapkan terbukti efektif dan dapat direplikasi untuk UMKM lain dengan penyesuaian yang diperlukan. Keberhasilan program ini menjadi foundation bagi UMKM Swarna Rasa untuk melangkah ke tahap pengembangan usaha selanjutnya, dengan dukungan legalitas yang kuat dan akses yang lebih luas terhadap berbagai fasilitas dan program pemerintah untuk UMKM.

Proses rebranding Swarna Rasa Cake & Bakery melalui pembuatan identitas visual baru, rebranding logo dan tagline merupakan langkah strategis yang memberikan dampak signifikan terhadap penguatan brand positioning usaha ini. Kumar & Steenkamp (2007) menunjukkan bahwa rebranding yang tepat dapat meningkatkan brand equity dan customer loyalty secara signifikan. Logo Swarna

Rasa Cake & Bakery memadukan warna coklat muda kayu (#C1A181) sebagai latar yang hangat dan natural, membangkitkan kesan tradisional yang membumi. Warna emas terang (#FFC652) digunakan pada elemen utama logo untuk mencerminkan nilai istimewa dan cita rasa "emas" dari produk jajanan tradisional yang ditawarkan. Sementara itu, warna coklat rempah tua (#5C3A21) memberi kekuatan visual pada tulisan "SWARNA RASA". Singh (2006) menekankan bahwa kombinasi warna coklat dan emas pada brand makanan meningkatkan persepsi kualitas produk. Fleksibilitas aplikasi logo untuk berbagai keperluan future expansion, seperti kemungkinan diversifikasi produk atau pembukaan outlet baru, telah diantisipasi dalam sistem identitas visual yang komprehensif. Tagline yang dipilih juga memiliki longevity tinggi karena tidak terikat pada trend tertentu, namun fokus pada core values yang fundamental bagi bisnis bakery.

Adanya elemen visual tersebut diharapkan mampu menarik perhatian pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan setia (Wheeler, 2019). Pemilihan elemen visual yang tepat dapat meningkatkan brand recognition dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Henderson et al., 2003). Bottomley (2006) menunjukkan bahwa logo yang menggabungkan elemen tradisional dengan desain modern menghasilkan brand recall yang lebih tinggi. Labrecque dan Milne (2012) juga membuktikan pentingnya konsistensi warna dalam memperkuat brand recognition dan brand association. Konsistensi penerapan identitas visual across all touchpoints, mulai dari storefront signage, packaging design, hingga social media presence, menciptakan brand experience yang cohesive dan professional. Foroudi et al., (2014) dalam meta-analisisnya mengkonfirmasi bahwa konsistensi visual identity meningkatkan customer satisfaction dan word-of-mouth recommendation.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan terhadap UMKM Swarna Rasa Cake & Bakery memberikan kontribusi signifikan dalam dua aspek utama, yakni legalitas usaha dan penguatan citra merek. Secara khusus, kegiatan ini berhasil:

1. Meningkatkan Legalitas Usaha

Melalui pendampingan intensif, UMKM berhasil memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk legalitas formal yang membuka akses terhadap pembiayaan, pasar digital, dan kemitraan strategis. Legalitas ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperluas peluang pengembangan usaha ke depan.

2. Membangun Identitas Visual Baru yang Profesional

Proses rebranding berhasil menghasilkan logo, tagline, dan pedoman identitas visual yang mencerminkan nilai-nilai UMKM, seperti kualitas, tradisi, dan inovasi. Hal ini memperkuat positioning merek dan meningkatkan daya tarik visual baik di media digital maupun kemasan produk.

3. Meningkatkan Kapasitas Pelaku Usaha

Selain output berupa dokumen dan desain, kegiatan ini juga meningkatkan pemahaman pemilik UMKM terhadap pentingnya legalitas dan strategi branding yang modern, menjadikan mereka lebih siap dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

4. Model Pendampingan yang Dapat Direplikasi

Metode yang digunakan dalam program ini terbukti efektif dan berpotensi diterapkan pada UMKM tradisional lain, khususnya yang dikelola oleh pelaku usaha generasi senior dengan keterbatasan akses dan pemahaman terhadap teknologi dan birokrasi modern.

6.2 Saran

- Disarankan untuk terus menjaga konsistensi penerapan identitas visual baru dalam seluruh aktivitas usaha, termasuk media sosial, kemasan, dan promosi.
- Mengembangkan pemasaran digital secara aktif, seperti membuat akun bisnis di e-commerce, Google Business Profile, dan memperluas jangkauan melalui media sosial.
- Mengikuti pelatihan lanjutan dalam bidang manajemen usaha, digital marketing, dan inovasi produk untuk menghadapi dinamika pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, E., & Muhaemin, E. (2024). *Strategi Peningkatan Legalitas , Pemasaran , Dan Keberlanjutan Usaha Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Keripik Pisang. 1(1), 17–22.*
- Arni, A., & Sianturi, G. (2023). *NILAI JUAL UMKM HOLISHOP KELURAHAN NGINDEN JANGKUNGAN Pendahuluan Metode Kegiatan pendampingan rebranding ini diselenggarakan sebagai bagian dari Kuliah Kerja. 1(3), 154–159.*
- Asyrafi, A. H. A., Hendrati, I. M., & Wardaya, W. (2024). Pendampingan Legalitas Usaha Untuk Mendukung Perkembangan UMKM Kampung Madani Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya. *Journal Of Human And Education (JAHE), 4(4), 127–135.* <https://doi.org/10.31004/jh.v4i4.1163>
- Aziz, R. A., Nisa, I., Muna, N., Wahyudi, A., Saputra, M. H., Shofa, A. K., & Maulida, N. L. (2024). *Setrategi Pengembangan UMKM Produk Rempyek dan Kerupuk Puli Desa Bulak Baru Kedung jepara. 5(4), 1472–1484.*
- Bottomley, P. (2006). The interactive effects of colors and products on perceptions of brand logo appropriateness. *Marketing Theory, 6, 63–83.* <https://doi.org/10.1177/1470593106061263>
- Foroudi, P., Melewar, T. C., & Gupta, S. (2014). Linking corporate logo, corporate image, and reputation: An examination of consumer perceptions in the financial setting. *Journal of Business Research, 67(11), 2269–2281.* <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.015>
- Henderson, P. W., Cote, J. A., Leong, S. M., & Schmitt, B. (2003). Building strong brands in Asia: Selecting the visual components of image to maximize brand strength. *International Journal of Research in Marketing, 20(4), 297–313.* <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2003.03.001>
- Kumar, N., & Steenkamp, J.-B. (2007). *Private Label Strategy: How to Meet the Store Brand Challenge.*
- Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jupis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial,*

11(2), 324. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.13583>

- Noraga, G. B., Rabani, B., Sudirno, D., & Mulyani, H. S. (2023). Pentingnya Legalitas Usaha dan Sosialisasi Pembuatan NIB Bagi Pelaku UMKM Desa Karangasem Kecamatan Leuwimunding. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 807–811. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i1.4412>
- Nugroho, A. Y. (2024). *Pendampingan Penerbitan Nomer Induk Berusaha (NIB) Untuk Usaha Mikro : Langkah Menuju Penguatan Ekonomi Untuk Kesuksesan Bisnis*. 16–20.
- Prastiwi, I. L. R., Hariyoko, Y., & Ayodya, B. P. (2022). Pendampingan Pengurusan Perizinan Berusaha Dalam Rangka Pengembangan Umkm Desa Pekarungan. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 1(01), 92–96. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/spm/article/view/75>
- Singh, S. (2006). Impact of color on marketing. *Management Decision*, 44, 783–789. <https://doi.org/10.1108/00251740610673332>
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Bilancia*, 11(1), 33–59. [file:///C:/Users/Asus/Downloads/298-Article Text-380-1-10-20180728-3.pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/298-Article%20Text-380-1-10-20180728-3.pdf)
- Wheeler, A. (2019). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Sons. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/>

Lampiran 1. Surat Kesanggupan Mitra



085134754447

Dk. Pandean Rt/Rw 08/03
Ds. Glagahwangi Kec. Sugihwaras

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJA SAMA MITRA

Surat Nomor; 01/SR/V/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Yutini
Instansi/Lembaga (Mitra) : Swarna Rasa Cake & Bakery
Jabatan : Pemilik
Alamat : Dk. Pandean Rt/Rw 08/03 Ds. Glagahwangi Kec.
Sugihwaras
Nomor HP : 085134754447

Dengan ini menyatakan bersedia bekerja sama dengan dosen sesuai dengan nama yang tersebut di bawah ini, dan bersama ini kami menyatakan bahwa di antara mitra dengan pelaksana kegiatan tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan usaha dalam wujud apapun juga.

Judul Pengabdian : Optimalisasi Legalitas dan Peningkatan Citra Merek UMKM Swarna Rasa Cake & Bakery melalui Pendampingan Intensif dalam Proses Perizinan dan Rebranding
Nama Ketua : Endang, S.E., M.M.
NIDN : 0725058006
Instansi : Universitas Bojonegoro
Jabatan : Dosen
Alamat : Jl. Pertanian Balen RT.2 RW.1, Balen, Bojonegoro
Nomor HP : 081335164877
Sumber Dana : LPPM Universitas Bojonegoro

Demikian surat pernyataan kesediaan kerja sama ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bojonegoro, 1 Mei 2025

Yang Membuat Pernyataan,

Yutini
Pemilik

Lampiran 2. Permohonan Pengajuan Dana Pengabdian Masyarakat



UNIVERSITAS BOJONEGORO
FAKULTAS EKONOMI

Website : <https://fe.unigoro.ac.id> e-mail : admin@fe.unigoro.ac.id

Sekretariat: Kampus Kalirejo Jl. Lettu Suyitno No. 02 Telp./Fax. (0353) 889006 Bojonegoro

Nomor : 395/FE-UB/V/2025
Perihal : 1 (satu) Bendel
Lampiran : Permohonan Pengajuan Dana Pengabdian kepada Masyarakat

Kepada :
Yth, Rektor Universitas
Bojonegoro
Di_
BOJONEGORO

Menindak lanjuti pengumuman/himbauan yang disampaikan oleh Ketua Yayasan Suyitno Bojonegoro, bahwa setiap Dosen di Universitas Bojonegoro wajib melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dapat dilaksanakan melalui Hibah Internal Dosen. Maka bersama ini kami mengajukan usulan dana hibah internal Pengabdian Masyarakat bagi dosen dengan keterangan berikut:

Nama Dosen : Endang, S.E., M.M.
NIDN : 0725058006
Judul Proposal : Optimalisasi Legalitas dan Peningkatan Citra Merek UMKM Swarna Rasa Cake & Bakery melalui Pendampingan Intensif dalam Proses Perizinan dan Rebranding

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Bojonegoro, 8 Mei 2025

Hormat kami,



Endang, S.E., M.M.
NIDN 0725058006

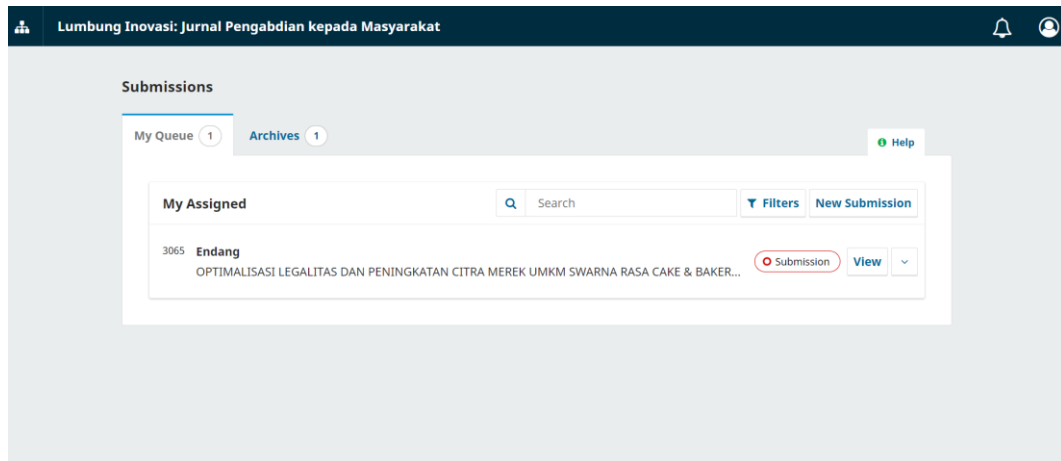
Tembusan :

1. Yth. Ketua Yayasan Suyitno Bojonegoro
2. Yth. Ketua LPPM

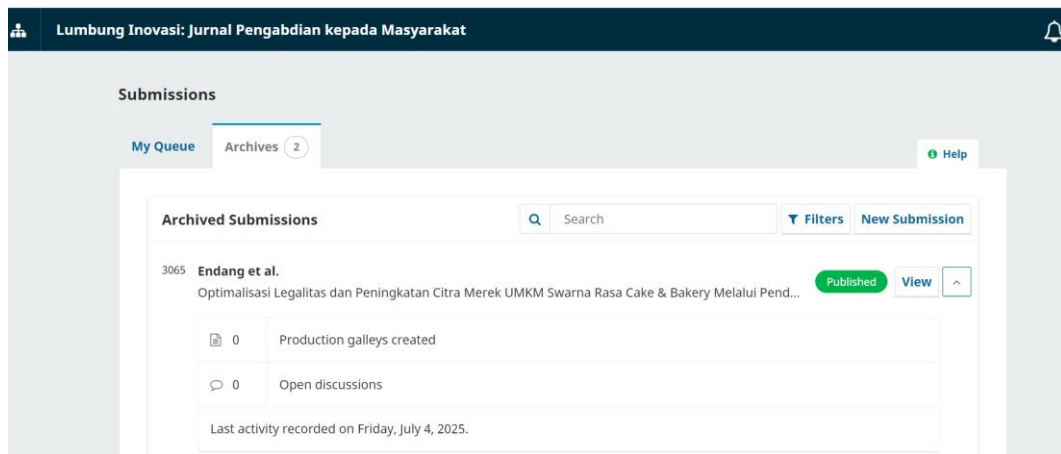
Lampiran 3. Logbook Pengabdian Masyarakat

NO.	HARI, TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	HASIL	KENDALA	RENCANA TINDAK LANJUT
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Minggu, 20 April 2025	Tahap pencarian mitra pengabdian masyarakat	Menentukan mitra pengabdian masyarakat	Mitra pengabdian masyarakat slow respon melalui whatsapp	Mencari lokasi mitra pengabdian Masyarakat di google maps
2	Sabtu, 26 April 2025	Tahap pencarian mitra pengabdian masyarakat	Mitra pengabdian masyarakat bersedia menjadi mitra	Penentuan jadwal pengabdian masyarakat	Diskusi dengan mitra pengabdian masyarakat
3	Minggu, 27 April 2025	Tahap persiapan	Pembagian tugas untuk pengabdian masyarakat	Jadwal berbenturan dengan mahasiswa	Pembentukan group wa pengabdian masyarakat
4	Kamis, 1 Mei 2025	Tahap perizinan	Surat kerjasama dengan mitra	Pihak mitra pengabdian masyarakat meminta surat kerjasama mitra	Pemantapan persiapan dan perizinan
5	Sabtu, 17 Mei 2025	Tahap pelaksanaan	Pembuatan akun	Pihak Mitra masih belum mengetahui terkait persiapan dokumen legalitas	Penyampaian dokumen apa saja yang dibutuhkan
6	Minggu, 25 Mei 2025	Tahap Pelaksanaan	Dokumen lengkap dan siap untuk pengajuan NIB	Jam mundur tidak sesuai dengan jadwal yang telah disepakati	Pengecekan kelengkapan dokumen
7	Sabtu, 7 Juni 2025	Tahap Pelaksanaan	Logo baru	Pihak mitra belum mengetahui cara design logo untuk rebranding	Memberikan pelatihan pembuatan logo
8	Minggu, 8 Juni 2025	Tahap Pelaksanaan	Penerapan logo di semua elemen	Pihak mitra belum mengetahui cara menerapkan logo pada banner dsb	Memberikan pelatihan

Lampiran 4. Bukti Jurnal



The screenshot shows the 'Submissions' section of a journal's submission system. The header includes the journal name 'Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat' and navigation icons. The main area is titled 'Submissions' and has tabs for 'My Queue' (1) and 'Archives' (1). A 'Help' icon is visible. The 'My Assigned' section contains a search bar, 'Filters', and 'New Submission' buttons. A submission entry is shown with ID '3065', author 'Endang', and title 'OPTIMALISASI LEGALITAS DAN PENINGKATAN CITRA MEREK UMMK SWARNA RASA CAKE & BAKER...'. It includes a 'Submission' button and a 'View' dropdown menu.



The screenshot shows the 'Archived Submissions' section of the journal's submission system. The header is the same as the previous screenshot. The 'Submissions' section has tabs for 'My Queue' and 'Archives' (2). A 'Help' icon is visible. The 'Archived Submissions' section contains a search bar, 'Filters', and 'New Submission' buttons. A submission entry is shown with ID '3065', author 'Endang et al.', and title 'Optimalisasi Legalitas dan Peningkatan Citra Merek UMMK Swarna Rasa Cake & Bakery Melalui Pend...'. It includes a 'Published' button and a 'View' dropdown menu. Below the entry, there are two rows of activity: 'Production galleys created' with a count of 0 and 'Open discussions' with a count of 0. At the bottom, it states 'Last activity recorded on Friday, July 4, 2025.'

Lampiran 5. Dokumentasi Pengabdian Masyarakat



Lampiran 6. Nomer Izin Berusaha



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2406250077958

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 | : YUTINI |
| 2. Alamat | : DS GLAGAHWANGI RT/RW 008/003, Desa/Kelurahan Glagahwangi, Kec. Sugihwaras, Kab. Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : |
| Email | : |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal 24 Juni 2025

**Menteri Investasi dan Hilirisasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 24 Juni 2025

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSN-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2406250077958

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	10710	Industri Produk Roti Dan Kue	DS GLAGAHWANGI RT/RW 008/003, Desa/Kelurahan Glagahwangi, Kec. Sugihwaras, Kab. Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur Kode Pos: 62183 Usaha Mikro berjalan sejak: Mei 2000	Rendah	NIB	Terbit	-

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSRF-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.

