

JAJANAN KLASIK, GAYA ASIK: DUKUNG UMKM BERINOVASI UNTUK BRANDING DAN PENDAMPING PROSES SURAT IZIN USAHA**Tio Firman Syah¹, Nabila Cahya Lestari², Alif Finno Fidzaky³**¹Teknik Sipil, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
email: tiofirmansyah42491@gmail.com²Akuntansi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
email: Nabilachya13@gmail.com³Ekonomi Pembangunan, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
email: alifinnofidzaky@gmail.com**ABSTRAK**

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) “Jajanan Klasik, Gaya Asik” dilaksanakan sebagai upaya pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Dusun Mejero, Desa Karangdieng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto. Kegiatan ini bertujuan untuk mendukung UMKM dalam proses legalisasi usaha, seperti pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), serta meningkatkan kualitas branding produk lokal. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, sosialisasi regulasi usaha, pendampingan teknis pengurusan dokumen legalitas melalui OSS dan DJP Online, serta pelatihan desain visual untuk logo dan kemasan produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra usaha “Jajanan Pasar Bu Wana berhasil memperoleh NIB dan NPWP. Selain itu, mitra UMKM yang didampingi berhasil mengembangkan identitas visual melalui logo dan kemasan baru. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi pendampingan legalitas dan branding dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing UMKM secara signifikan. Program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan ekonomi lokal.

Kata Kunci : UMKM, Branding, Legalitas Usaha, NIB, NPWP**Article History**Received: Juli 2025
Reviewed: Juli 2025
Published: Juli 2025Plagiarism Checker No 413
Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/krepa.v1i2.365
Copyright : KrepaThis work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian nasional dan daerah. Selain menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, UMKM juga berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) secara signifikan. Sayangnya, banyak UMKM di Indonesia masih belum memiliki legalitas usaha seperti NIB (Nomor Induk Berusaha) dan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha kesulitan mengakses fasilitas pembiayaan, pelatihan, serta kemitraan dari pemerintah maupun sektor swasta.

Di Dusun Mejero, Desa Karangdieng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto, sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki izin usaha resmi. Sebagian besar menjalankan usahanya secara informal, dengan keterbatasan informasi dan keterampilan teknologi digital, sehingga belum memahami proses pengurusan izin melalui OSS (Online Single Submission) dan DJP Online. Selain itu, produk mereka juga cenderung dikemas secara sederhana tanpa memperhatikan aspek branding, sehingga kurang menarik dan sulit bersaing di pasar.

Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pendampingan kepada mitra UMKM dalam pengurusan legalitas usaha (NIB dan NPWP) sekaligus meningkatkan kemampuan branding melalui pelatihan pembuatan logo, desain kemasan, dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran.

Berangkat dari kondisi tersebut, mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya melalui program KKN merancang kegiatan bertema “Jajanan Klasik, Gaya Asik” dengan dua fokus utama: pendampingan legalitas usaha dan penguatan branding produk. Kegiatan ini juga dilatarbelakangi oleh pentingnya mendampingi mitra UMKM secara langsung dan aplikatif agar mampu beradaptasi dengan kebutuhan regulasi dan dinamika pemasaran saat ini.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Legalitas usaha

Legalitas usaha merupakan syarat mutlak untuk keberlangsungan bisnis yang sah dan berdaya saing. Tanpa legalitas seperti NIB dan NPWP, mitra UMKM akan kesulitan mendapatkan akses pembiayaan, mengikuti pelatihan dari pemerintah, maupun menjalin kerja sama usaha dengan pihak lain. [1] menyatakan bahwa legalitas usaha bukan sekadar formalitas, melainkan jembatan bagi UMKM untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memasuki pasar yang lebih luas.

2. Pendampingan pendaftaran NIB dan NPWP di Dusun Mejero, Desa Karangdieng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto

Pendampingan oleh mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) untuk membantu mitra UMKM mengatasi hambatan administratif. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang teknologi dan sistem birokrasi digital dapat menjadi jembatan antara pelaku usaha dengan regulasi pemerintah. [2] mencatat bahwa kehadiran mahasiswa KKN mampu meningkatkan tingkat keberhasilan pengurusan legalitas UMKM hingga 35% di daerah intervensi.

3. Manfaat pendampingan pendaftaran NIB dan NPWP di Dusun Mejero, Desa Karangdieng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto

Pendampingan pembuatan NIB dan NPWP di Desa Mejero tidak hanya sebagai legalitas usaha saja, tetapi juga dapat memperluas akses pemasaran. Diharapkan dengan adanya pendampingan ini, masyarakat dapat berkembang dan menciptakan efek berkelanjutan yang menguntungkan bagi kesejahteraan masyarakat di Dusun Mejero, Desa Karangdieng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto.

4. Peran Mahasiswa dalam pendampingan legalitas

Pendampingan mahasiswa dalam kegiatan KKN menjadi faktor kunci keberhasilan mitra UMKM dalam memperoleh izin usaha. [2] mencatat bahwa kehadiran mahasiswa sebagai pendamping dapat meningkatkan keberhasilan pengurusan legalitas hingga 35%. Dengan pemahaman teknologi dan sistem digital OSS, mahasiswa dapat membantu mengatasi keterbatasan pelaku usaha yang belum familiar dengan sistem daring.

5. Branding sebagai penguat daya saing UMKM

Selain legalitas, branding merupakan elemen penting dalam membangun identitas dan membedakan produk UMKM dari kompetitor. Branding meliputi logo, kemasan, nama merek, dan narasi produk. [3] menjelaskan bahwa identitas visual seperti kemasan yang menarik dan logo yang konsisten menjadi ujung tombak dalam membentuk persepsi kualitas di mata konsumen. Dalam keterbatasan anggaran promosi, mitra UMKM dapat memanfaatkan branding lokal dan digital untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Bagi sebagian besar pelaku UMKM di daerah pedesaan seperti Dusun Mejero, Desa Karangdieng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto, pemasaran produk masih banyak dilakukan secara langsung, atau yang biasa disebut pemasaran offline. Strategi ini dianggap lebih relevan karena sebagian besar pelaku usaha belum sepenuhnya terbiasa dengan penggunaan teknologi digital. Penjualan biasanya dilakukan melalui pasar tradisional, kegiatan komunitas seperti bazar desa,

pengajian ibu-ibu PKK, atau jaringan sosial antarwarga.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam rangkaian program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya selama 12 hari bertempat di Dusun Mejero, Desa Karangdieng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto. Metode menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, yang berarti bahwa mitra UMKM tidak hanya menjadi objek, tetapi juga dilibatkan secara aktif dalam seluruh proses, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Mahasiswa sebagai pelaksana kegiatan tidak hanya menyusun program dari kampus, tetapi juga terjun langsung ke lapangan, berinteraksi, dan mendampingi pelaku usaha secara intensif.

Kegiatan dimulai dengan observasi lapangan, yaitu mahasiswa mendatangi langsung rumah mitra UMKM untuk melakukan wawancara dan pengumpulan data primer. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM, termasuk status legalitas usaha, bentuk kemasan produk, metode promosi yang digunakan, serta pemahaman mereka terhadap pentingnya branding. Hasil dari observasi ini digunakan sebagai dasar penyusunan strategi kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Tahap selanjutnya adalah sosialisasi dan edukasi awal. Mahasiswa mengundang mitra UMKM dan perangkat desa untuk menghadiri pertemuan di balai desa. Dalam kegiatan ini, mahasiswa memberikan materi mengenai pentingnya legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Selain itu, dijelaskan pula bagaimana branding melalui logo, kemasan, meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk di mata konsumen. Sosialisasi dilakukan secara komunikatif dengan menggunakan media presentasi visual agar mudah dipahami.

Setelah proses edukasi, mahasiswa melakukan pendampingan teknis kepada masing-masing pelaku usaha. Proses ini dilakukan secara individual dan mendalam. Mahasiswa membantu mitra UMKM untuk membuat akun OSS (Online Single Submission), memandu pengisian data usaha, mengunggah dokumen seperti KTP dan NPWP, dan memastikan bahwa proses pendaftaran berjalan hingga tuntas. Bagi pelaku usaha yang belum memiliki NPWP, mahasiswa membantu proses pendaftaran, termasuk memberikan arahan tentang manfaat dan kewajiban sebagai wajib pajak.

Di samping pendampingan legalitas, mahasiswa juga memberikan pelatihan branding produk, yang meliputi pembuatan logo, desain label kemasan, serta perancangan media promosi seperti banner dan katalog digital. Mahasiswa memperkenalkan penggunaan aplikasi Canva sebagai alat desain gratis yang mudah digunakan oleh pelaku usaha. Mahasiswa juga membantu mitra UMKM dalam membuat akun media sosial bisnis, terutama WhatsApp, serta mengajarkan cara mengambil foto produk yang menarik, membuat caption promosi.

Selama kegiatan berlangsung, mahasiswa melakukan kunjungan monitoring dan evaluasi secara rutin. Kunjungan ini dilakukan untuk meninjau perkembangan pengurusan legalitas usaha, memastikan pemanfaatan media sosial berjalan optimal, serta memberikan bimbingan lanjutan jika ditemukan kendala. Evaluasi dilakukan baik secara kualitatif melalui diskusi dengan pelaku usaha, maupun secara kuantitatif dengan melihat dokumen legalitas yang berhasil diterbitkan, akun media sosial yang aktif digunakan, serta respons dari konsumen setelah branding diterapkan.

Melalui metode ini, mahasiswa tidak hanya memberikan solusi satu arah, tetapi juga mendorong mitra UMKM agar dapat memahami proses dan mampu mengelola legalitas serta branding usaha secara mandiri di kemudian hari. Pendekatan ini terbukti mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, mempercepat proses adopsi pengetahuan, dan menghasilkan dampak yang lebih

berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kerja bertema “*Jajanan Klasik, Gaya Asik*” yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya selama 12 hari di Dusun Mejero, Desa Karangdieng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto, menghasilkan dampak positif yang signifikan terhadap mitra UMKM, khususnya dalam hal pendampingan legalitas usaha dan peningkatan kualitas branding produk. Dalam aspek legalitas, mahasiswa berhasil mendampingi mitra UMKM dalam proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui platform OSS (Online Single Submission), dimulai dari pembuatan akun, pengisian data usaha, hingga berhasil mendapatkan sertifikat NIB. Selain itu, mitra UMKM juga berhasil membuat Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dengan bimbingan langsung dari mahasiswa. Mahasiswa turut membantu pengumpulan berkas dan melengkapi dokumen administratif yang diperlukan.

Dampak dari pendampingan legalitas ini terasa nyata di lapangan. Mitra usaha menjadi lebih memahami pentingnya legalitas sebagai pengakuan formal usaha yang dapat membuka akses terhadap pembiayaan, pelatihan, dan peluang kerja sama dengan pihak ketiga.

Di sisi lain, aspek branding juga menunjukkan capaian yang memuaskan. Mitra UMKM yang terlibat dalam program berhasil memiliki logo dan desain label kemasan baru. Logo dan desain visual dikembangkan melalui pelatihan penggunaan aplikasi Canva, dengan mempertimbangkan karakter produk dan target pasar. Mahasiswa juga memberikan pendampingan

Pelatihan dan pendampingan branding ini membuat produk UMKM lokal terlihat lebih profesional dan menarik di mata konsumen. Identitas visual yang konsisten memberikan kesan bahwa produk tersebut memiliki kualitas dan dikelola secara serius. Mitra UMKM pun merasa lebih percaya diri saat memasarkan produk, karena memiliki kemasan yang layak jual dan promosi digital yang terarah. Secara umum, kegiatan ini membantu pelaku usaha mengembangkan usahanya tidak hanya dari sisi administratif, tetapi juga dari segi pemasaran dan citra merek.

KESIMPULAN

Program kerja KKN “*Jajanan Klasik, Gaya Asik*” yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya memberikan dampak positif terhadap perkembangan satu mitra UMKM di Dusun Mejero, Desa Karangdieng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto. Melalui pendampingan secara langsung, mitra tersebut berhasil memperoleh legalitas usaha berupa NIB dan NPWP yang sebelumnya belum dimiliki. Legalitas ini memberikan dasar hukum yang kuat bagi usaha dan membuka peluang kerja sama dengan pihak lain, seperti toko oleh-oleh dan pasar tradisional setempat.

Di samping itu, mitra juga berhasil memiliki identitas visual baru berupa logo dan desain kemasan yang lebih menarik dan layak jual. Produk yang sebelumnya dikemas secara sederhana kini tampil lebih profesional dan siap dipasarkan di lingkungan sekitar, seperti di pasar desa, kegiatan PKK, dan acara komunitas lokal lainnya. Melalui pelatihan dan pendampingan branding, pelaku usaha menjadi lebih percaya diri dalam mengenalkan produknya secara langsung kepada konsumen.

Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan legalitas dan branding secara langsung di lapangan dapat meningkatkan kesiapan mitra UMKM dalam menjalankan usaha secara mandiri. Pendekatan yang aplikatif dan berbasis kebutuhan nyata terbukti efektif dalam memperkuat keberlanjutan usaha skala kecil, khususnya dalam konteks pemasaran lokal dan kemitraan offline.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Carolyn S. I. B. Hutagalung dan N. A. Parhusip, "Esensial Legalitas Usaha Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Semarang," vol. 10, no. June, hal. 98-106, 2024.
- [2] M. Hajril, M. B. J. Nusantara, A. Rauf, S. Nurlia, K. Abdullah, dan S. Sidiq, "Pendampingan Legalitas UMKM Desa Besowo, Kecamatan Kepung, Kabupaten Kediri," *Aktual. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 2, hal. 15-24, 2023, doi: 10.30762/akdimas.v1i2.2000.
- [3] Musa, Nasir, Haerul, dan Henri, "PELATIHAN BRANDING PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM SAMBAL PECEL," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 1, hal. 45-49, 2022, [Daring]. Tersedia pada: <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/JPMD/article/view/485>