

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

**Indonesian Journal of Cultural and
Community Development**

ISSN 2615-6180 (ONLINE)



BROUGHT TO YOU BY

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Editorial Team

Editor in Chief

[Dr. Totok Wahyu Abadi](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Managing Editor

[Mochammad Tanzil Multazam](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

[Rohman Dijaya](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Member of Editors

[Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Sinta](#)]

[Bobur Sobirov](#) ([Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Farkhod Abdurakhmonov](#) ("[Silk Road](#)" [International University of Tourism, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa](#) ([Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SURabaya, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

MSME Assistance Through Business Legality and Branding to Strengthen Penatarsewu Village's Local Economy

Pendampingan UMKM Melalui Legalitas dan Branding Usaha untuk Memperkuat Perekonomian Lokal Desa Penatarsewu

Anis Khoirin Hayati, cintakhoirin@gmail.com, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Sofi Intan Febrianti, sofiintan92@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dewi Nurus Silmi, dewinurussilmi@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(1) Corresponding author

Abstract

MSMEs are an important part of the Indonesian economy. In Penatarsewu Village, MSMEs excel with products such as smoked fish and herbal medicine. However, many MSMEs do not yet understand the importance of business legality, such as NIB and Halal Certificates, so that their access to a wider market is hampered. In response to this, the KKN-T Team 24 of the Muhammadiyah University of Sidoarjo provided assistance to MSMEs. They helped business actors understand the importance of legality, branding, and provided socialization. As a result, several MSMEs succeeded in obtaining NIB, assisting in registering Halal Certificates, and updating branding such as logos and packaging. In addition, they also created social media accounts and websites as a means of promotion. With this support, MSMEs are expected to grow more rapidly and support the village economy.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha kecil yang berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keberadaan UMKM memungkinkan masyarakat untuk tetap bertahan dalam berbagai situasi, sehingga masyarakat dapat mencapai kesejahteraan.[1]. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian dari suatu daerah maupun negara, dengan mengembangkan UMKM dapat memberikan makna tersendiri dalam meningkatkan nilai pertumbuhan perekonomian negara serta dapat mengurangi nilai kemiskinan dalam suatu negara[2]. Saat terjadi krisis moneter tahun 1998 banyak usaha-usaha besar yang bangkrut akan tetapi UMKM memiliki ketangguhan bertahan dan bahkan sampai saat ini jumlahnya bertambah banyak[3]. Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan[4]. UMKM tidak hanya berperan pada pertumbuhan ekonomi perkotaan, akan tetapi juga berperan di pembangunan pedesaan ekonomi lokal. Peran penting UMKM dapat memajukan ekonomi, meningkatkan pemerataan pendapatan dan memainkan peran penting dalam menjaga stabilitas nasional[5]. Selain itu, UMKM dalam ekonomi lokal mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan jika memproduksi barang atau jasa tradisional mampu membantu menjaga melestarikan kearifan lokal dan budaya Indonesia[6].

Desa Penatarsewu merupakan sebuah kawasan berkembang yang mempunyai potensi sumber daya alam seperti hasil peternakan ikan, sehingga dapat dikembangkan menjadi produk unggulan yang mempunyai daya saing tinggi di pasar lokal maupun regional. Desa Penatarsewu dijuluki dengan Desa Ikan Asap. Tidak hanya ikan asap, masyarakat Desa Penatarsewu memiliki banyak UMKM seperti jamu, salad buah, donut dan lain sebagainya. Hal tersebut menjadi daya tarik untuk meningkatkan penghasilan penduduk desa melalui sektor ekonomi lokal[7]. Dalam pengembangan ekonomi di Desa Penatarsewu sangat krusial dan strategis. Peran UMKM di Desa Penatarsewu dapat memanfaatkan pemasaran produk desa ke pasar yang lebih luas, terutama dengan menggunakan teknologi digital dan e-commerce.

Tetapi banyak pelaku UMKM di Desa Penatarsewu belum sepenuhnya memahami pentingnya legalitas usaha. Legalitas Usaha merupakan standar yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha supaya usahanya dapat dinyatakan sah secara hukum[8]. Dalam Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 02 Tahun 2019 mengenai Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik untuk Usaha Mikro dan Kecil, Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) adalah izin yang dikeluarkan oleh Lembaga OSS untuk usaha mikro dan kecil. IUMK bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan menjadi alat pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil perseorangan dalam mengembangkan usahanya. Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, yang selanjutnya disebut OSS, adalah sistem perizinan usaha yang diterbitkan oleh Lembaga OSS atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota kepada Pelaku Usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi. OSS mengeluarkan NIB bagi Pelaku Usaha yang telah melengkapi data secara komprehensif. Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah identitas Pelaku Usaha yang diterbitkan oleh Lembaga OSS setelah proses pendaftaran selesai dilakukan[9]. Selain NIB, Sertifikat Halal merupakan dokumen legalitas yang sangat penting bagi pelaku usaha. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Sertifikat Halal adalah pengesahan kehalalan suatu Produk yang diterbitkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis dari MUI. Untuk mendapatkan Sertifikat Halal, diperlukan serangkaian proses yang menjamin kehalalan Produk, mencakup penyediaan bahan baku, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, penjualan, serta penyajian Produk[10]. Di Desa Penatarsewu, tantangan legalitas usaha ada pada proses pembuatan Nomor Induk Berusaha dan Sertifikat Halal. Pengurusan izin seringkali dianggap rumit dan memakan waktu cukup lama, terutama bagi pelaku UMKM yang mungkin kurang mengetahui pengetahuan untuk mengurusnya[11].

UMKM Desa Penatarsewu juga kurang memahami dalam hal branding. Dalam pemasaran produk, branding memainkan peran yang penting karena branding yang kuat dapat memberikan keunggulan kompetitif di mata pelanggan[12]. Proses branding memerlukan strategi yang tepat dalam menentukan tujuan. Untuk menghindari pengeluaran yang berlebihan, UMKM perlu menjalani proses branding terlebih dahulu dan menyusun strategi yang dapat diterapkan dengan mudah serta dengan biaya minimal agar pembiayaan UMKM menjadi lebih efisien dan efektif[13]. Salah satu aspek terpenting dalam branding adalah kemampuan untuk membedakan produk dari produk UMKM lainnya, meskipun produk tersebut serupa dengan aslinya. Namun, branding membuat produk tersebut tampak berbeda di mata pelanggan. Sedangkan tantangan branding yaitu para pelaku usaha kurang menyadari pentingnya membangun merek yang kuat, tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk melakukan riset pasar, membuat logo, kemasan atau strategi pemasaran yang efektif. Sehingga para pelaku UMKM di Desa Penatarsewu ini perlu untuk pendampingan kepengurusan dokumen legalitas usaha, supaya usaha mereka memiliki akses pasar yang lebih luas dan di akui secara resmi[14]. Pendampingan branding pun perlu dilakukan guna meningkatkan daya tarik konsumen.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Mahasiswa KKN Terpadu Kelompok 24 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo melaksanakan strategi pendampingan yang bertujuan memperkuat ekonomi lokal UMKM di Desa Penatarsewu agar lebih siap menghadapi tantangan globalisasi dan persaingan pasar.[5]. Pendampingan dalam upaya pemberdayaan masyarakat adalah salah satu strategi utama untuk mengembangkan ekonomi desa yang berkelanjutan dan menyeluruh, sehingga memungkinkan masyarakat desa meraih manfaat ekonomi yang lebih luas

serta meningkatkan taraf hidup mereka.[15]. Melalui pendampingan ini, masyarakat desa didorong untuk memaksimalkan potensi lokal dengan memanfaatkan sumber daya alam dan keunggulan kompetitif yang ada, serta memperluas akses mereka ke pasar dan sumber daya lainnya. Upaya peningkatan legalitas usaha dan branding diharapkan tidak hanya meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM, tetapi juga berperan dalam memperkuat ekonomi lokal secara keseluruhan.[16]. Oleh karena itu, strategi pendampingan ini menjadi langkah penting dalam mewujudkan pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Pendampingan yang efektif dalam hal legalitas usaha dan branding akan menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung, memungkinkan UMKM untuk berkembang dan berinovasi[17].

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memberikan gambaran mendalam mengenai kondisi UMKM di Desa Penatarsewu, khususnya terkait legalitas usaha dan branding digital. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumen. Wawancara dilakukan dengan pelaku UMKM di desa untuk memahami tantangan spesifik yang mereka hadapi, seperti keterbatasan dalam pengurusan izin usaha dan kurangnya pemahaman terkait strategi branding digital yang efektif. Observasi dilakukan selama proses pendampingan guna melihat secara langsung interaksi antara pendamping dan pelaku UMKM serta mengevaluasi efektivitas strategi yang diterapkan dalam konteks lokal. Studi dokumen mencakup analisis terhadap aturan hukum terkait legalitas usaha, program-program pendampingan yang ada, serta materi-materi branding digital yang telah digunakan oleh UMKM di desa tersebut.

Hal ini bertujuan untuk memahami sejauh mana UMKM mematuhi regulasi yang ada dan bagaimana mereka memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk mereka. Pemilihan informan dilakukan secara purposif, berdasarkan keterlibatan aktif mereka dalam kegiatan UMKM dan keragaman jenis usaha yang ada di desa. Informan dipilih dengan pertimbangan bahwa mereka dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai dinamika usaha kecil di wilayah tersebut. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik, dimana peneliti mengidentifikasi dan menyusun tema-tema utama yang muncul dari data sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk menjaga validitas data, peneliti menerapkan teknik triangulasi dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memastikan keakuratan temuan dan memberikan gambaran yang lebih utuh. Pendekatan partisipatif juga diterapkan, dimana pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam proses identifikasi masalah dan perumusan strategi pendampingan yang tepat. Berikut merupakan tahapan kegiatan pengabdian masyarakat:



Figure 1. Flowchart Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat pada gambar 1 dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tahap pertama dalam membantu UMKM di desa adalah memeriksa kondisi usaha kecil yang ada. Tim akan mencari tahu usaha mana yang mengalami masalah, baik dalam hal legalitas (izin usaha) maupun branding (cara memasarkan dan memperkenalkan produk). Setelah itu, tim akan melakukan survei dan wawancara dengan pemilik usaha untuk lebih memahami kebutuhan mereka. Dari hasil survei, tim akan bekerja sama dengan pihak desa, Muhammadiyah, Aisyiyah, dan lembaga hukum untuk membuat rencana pendampingan. Tahap ini sangat penting agar bantuan yang diberikan sesuai dengan masalah yang dihadapi oleh UMKM.

Pada tahap ini, tim akan berfokus pada pemberian edukasi dan pendampingan kepada UMKM di desa. Langkah pertama yang diambil adalah memberikan pemahaman mengenai pentingnya legalitas usaha. Para pelaku UMKM akan diberi penjelasan mendetail tentang pentingnya memiliki dokumen legal seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat halal. Dengan memiliki dokumen-dokumen ini, usaha yang mereka jalankan dapat beroperasi secara sah di mata hukum. Tidak hanya itu, usaha yang terdaftar secara legal akan lebih mudah mengakses berbagai fasilitas seperti pinjaman bank, mengikuti program pelatihan dan bantuan dari pemerintah, serta peluang lain yang dapat membantu mengembangkan usaha mereka. Legalitas usaha juga menjadi salah satu syarat penting untuk

memperluas skala bisnis, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.

Selanjutnya, tim akan memberikan pendampingan dalam hal branding dan pemasaran. Salah satu aspek penting dari branding adalah memiliki identitas visual yang menarik, yang dimulai dari pembuatan logo yang mewakili nilai-nilai dan karakteristik usaha. Selain itu, desain kemasan juga menjadi bagian penting dalam menarik perhatian konsumen. Kemasan yang menarik dan fungsional tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga dapat membedakan produk tersebut dari pesaing.

Tidak hanya terbatas pada aspek visual, tim juga akan membantu UMKM dalam merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran. Pemasaran yang efektif tidak hanya bertumpu pada cara konvensional seperti dari mulut ke mulut, tetapi juga memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, UMKM akan dibantu untuk dibuatkan platform media sosial serta website untuk memasarkan produk agar jangkauan pasar mereka lebih luas. Dengan adanya pemasaran digital, produk UMKM tidak hanya akan dikenal di lingkungan sekitar, tetapi juga dapat diakses oleh calon pembeli dari seluruh Indonesia, bahkan secara global. Ini menjadi peluang besar untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing UMKM, terutama di era digital seperti sekarang ini.

1. Analisis dan Persiapan
2. Sosialisasi dan Pendampingan
3. Evaluasi Kegiatan

Setelah pendampingan selesai, tim akan melakukan evaluasi atau penilaian terhadap hasil kegiatan. Evaluasi ini bertujuan untuk melihat seberapa jauh UMKM telah berkembang setelah mendapat bantuan, seperti apakah mereka sudah memiliki izin usaha, apakah branding mereka sudah lebih baik, dan bagaimana perkembangan pemasaran digitalnya.

Evaluasi juga digunakan untuk mengetahui tantangan yang dihadapi oleh UMKM selama proses pendampingan.

Misalnya, ada UMKM yang masih kesulitan mengurus legalitas karena biaya atau belum terbiasa dengan teknologi pemasaran digital. Dengan mengetahui masalah tersebut, tim bisa merencanakan perbaikan untuk pendampingan di masa depan, sehingga program ini bisa lebih bermanfaat bagi UMKM di desa.

Hasil dan Pembahasan

Desa Penatarsewu merupakan desa di kecamatan tanggulingin yang sedang berkembang dengan menggali potensi usaha mikro kecil menengah. Hasil yang dicapai pada program Kuliah Kerja Nyata Terpadu pada kegiatan pendampingan legalitas usaha dan branding UMKM, yaitu sebagai berikut:



Figure 2. *Sosialisasi Pendampingan UMKM*

Pada program Kuliah Kerja Nyata Terpadu (KKN-T) di Desa Penatarsewu, sosialisasi pendampingan UMKM menjadi salah satu kegiatan utama yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya kepatuhan hukum usaha dan strategi branding yang efisien.. Sosialisasi ini diadakan dengan tema "Sosialisasi UMKM: Tumbuh Bersama Mengembangkan UMKM Lokal Untuk Perekonomian Penatarsewu". Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya legalitas usaha dan branding digital dalam memperkuat daya saing dan mengembangkan ekonomi lokal. Kegiatan ini dihadiri oleh berbagai pelaku UMKM di desa tersebut, yang datang dari berbagai latar belakang usaha seperti kerajinan tangan, kuliner, dan perdagangan kecil lainnya.

Dalam sosialisasi ini, tim KKN-T Umsida memaparkan tentang keuntungan memiliki legalitas usaha, seperti kemudahan akses permodalan, perlindungan hukum, dan peningkatan kepercayaan konsumen. Selain itu, pentingnya branding digital juga ditekankan, mengingat era digital saat ini membuka peluang yang luas bagi UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas dan efektif. Peserta diberikan informasi mengenai langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengurus legalitas usaha serta teknik dasar dalam membuat branding digital, seperti desain logo, pembuatan konten media sosial, dan strategi pemasaran online. Antusiasme peserta dalam mengikuti sosialisasi ini cukup tinggi, ditandai dengan banyaknya pertanyaan dan diskusi yang terjadi. Hal ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM menyadari pentingnya kedua aspek tersebut dan bersemangat untuk menerapkannya dalam usaha mereka. Berikut merupakan UMKM Penatarsewu yang datang pada kegiatan sosialisasi:

Tabel 1.1 Daftar Nama Pelaku Usaha Yang Hadir

No	Nama Pelaku Usaha	Nama Usaha/Jenis Usaha
1	Pamujining Rahayu	Kios dan Ayam Geprek
2	Kasih	Ikan Keliling
3	Emil Yuliana	Sembako
4	Deni Indah S	Sembako
5	Supiati	Pepes Ikan
6	Sutiyem	Cilok
7	Miftahul Jannah	Bumbu Masak Instan
8	Sarah	Gorengan
9	Siti Ma'rufah	Warung Kopi
10	Ani	Warung Kopi
11	Fauzan	Wikasat
12	A Buhkhron	PRM
13	Inayah	Warung
14	Nurun	Pembisnis MCI
15	Nur Aini	-
16	Siti Mujiati	Pepes
17	Z Firdausi	-
18	Erma Risna W	Krupuk
19	Anik I Z	Otak-Otak/Presto Bandeng
20	Alimah	Perancangan
21	Mufidah	Perancangan
22	Widiya	Perancang
23	Mukaromah	Jajan
24	Lilik	-
25	Sunarsih	Bakso
26	Luluk	Perancangan
27	Yuni	Warkop/Frozen
28	Nur Fadila	Toko Sembako
29	Siti Samila	Jamu
30	Ani Nadhim	Pentol Cilok
31	Suwitin	Toko dan Laundry
32	Nur Miftah	PRA
33	Sofatin	Toko
34	Hikmali	Toko
35	Kiturriyah	-
36	Nur Saidah	-

Table 1. Daftar Nama Pelku Usaha Yang Hadir Sumber: Hasil Olah Peneliti

Dalam kegiatan ini, sebanyak 36 peserta yang hadir merupakan pelaku usaha dengan latar belakang berbagai macam jenis usaha. Keragaman usaha ini mencerminkan potensi dan semangat yang tinggi dari para peserta untuk terus berkembang dan berinovasi di bidang masing-masing.

Secara keseluruhan, sosialisasi ini berhasil mencapai tujuannya dengan baik. Melalui kegiatan ini, kami berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di Desa Penatarsewu mengenai dua aspek penting yaitu legalitas usaha dan branding digital. Penjelasan tentang legalitas usaha memberikan wawasan yang mendalam kepada peserta mengenai keuntungan yang dapat diperoleh dari memiliki status hukum yang jelas, termasuk kemudahan dalam akses permodalan, perlindungan hukum yang lebih baik, dan peningkatan kepercayaan dari konsumen. Hal ini sangat penting untuk membantu UMKM mendapatkan fondasi yang kuat dan dapat diandalkan dalam menjalankan usaha mereka.



Figure 3. Proses Pendataan Untuk Dokumen Legalitas Usaha

Pendampingan legalitas usaha adalah langkah penting untuk memperkuat ekonomi lokal melalui UMKM di Desa Penatarsewu. Program ini membantu pelaku usaha kecil memahami dan memenuhi syarat-syarat hukum yang diperlukan agar usaha mereka bisa beroperasi dengan legal. Pendampingan ini melibatkan beberapa tahapan, mulai dari pengumpulan dokumen yang diperlukan, pengisian formulir pendaftaran, hingga pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS (Online Single Submission). Selama pendampingan, ditemukan beberapa kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM, seperti kurangnya pemahaman mengenai persyaratan administrasi dan prosedur pendaftaran online. Beberapa pelaku usaha juga kesulitan dalam menyediakan dokumen-dokumen yang dibutuhkan, terutama yang berkaitan dengan kepemilikan lahan atau izin bangunan. Untuk mengatasi masalah ini, tim KKN-T Umsida membantu pelaku UMKM dengan pihak-pihak terkait, seperti mencari pendampingan di lingkup Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, pemerintah desa. Hasil dari pendampingan ini cukup signifikan, dengan beberapa pelaku UMKM berhasil mendapatkan NIB dan legalitas usaha lainnya.

Dengan adanya legalitas, pelaku UMKM juga lebih mudah untuk mengakses berbagai program pelatihan dan pendampingan yang diselenggarakan oleh pemerintah atau lembaga non-pemerintah. Selain itu, setelah membuat Nomor Induk Berusaha (NIB), Tim KKN-T merencanakan untuk mendaftarkan produk untuk mendapatkan sertifikat halal. Tim KKN-T bersama perangkat desa membantu mereka mengurus dokumen, mulai dari pengisian formulir hingga pengajuan izin secara online. Bantuan ini sangat membantu bagi pelaku usaha yang belum terbiasa dengan legalitas dan teknologi. Mayoritas Pelaku UMKM di Desa Penatarsewu belum memiliki dokumen legalitas usaha. Sebanyak 28 pelaku usaha yang mengikuti kegiatan sosialisasi UMKM di Balai Desa Penatarsewu belum memiliki legalitas usaha apapun, berikut merupakan data terkait:

No	Nama Pelaku Usaha	Jenis Usaha	Dokumen Legalitas	
			Nomor Izin Berusaha (NIB)	Sertifikat Halal
1	Kasih	Pedagang krupuk puli	Belum	Belum
2	Inayah	Es, snack, sosis	Belum	Belum
3	Supiati	Masakan makanan	Belum	Belum
4	Siti Ma'rufah	Warung kopi	Belum	Belum
5	Sarah	Gorengan	Belum	Belum
6	Mufidah	Perancangan	Belum	Belum
7	Miftahul Jannah	Bumbu masak instan	Belum	Belum
8	Siti Mujiati	Pepes	Belum	Belum
9	Sofatin	Pracangan	Belum	Belum
10	Nur Fadilah	Toko	Belum	Belum
11	Ani Nadhiro	Pentol cilok, es renteng	Belum	Belum
12	Siti Samilah	Jamu	Belum	Belum
13	Lilik Suhartatik	Menjahit	Belum	Belum
14	Fauzan	Bekled mobil	Belum	Belum
15	Atifah	Krupuk ikan gabus	Belum	Belum
16	Luluk AS	Perancangan	Belum	Belum
17	Bu Emi Yuliana	Sembako	Belum	Belum
18	Sutiyem	Cilok	Belum	Belum
19	Ibu Ani	Warkop, gorengan, es	Belum	Belum
20	HJ Alima	Toko	Belum	Belum
21	Nurul Bikhrol Ilmi	Busana muslim	Belum	Belum

22	Deni Indah S	Toko Sembako	Belum	Belum
23	Suwitin	Toko kelontong + laundry	Belum	Belum
24	Mukarromah	Pesanan kue	Belum	Belum
25	Anik Ismawati	Otak, presto bandeng, katering	Belum	Belum
26	Yuni Asa	Frozen bakso aci, cireng, tahu bakso, tahu walik	Belum	Belum
27	Sunarsih (Yuk Sih)	Bakso, tahu bakso, dimsum	Belum	Belum
28	Pamujining Rahayu	Snack dan Ayam Geprek	Belum	Belum

Table 2. Data Pendampingan Legalitas Usaha Sumber: Hasil Olah Peneliti

Dalam kegiatan sosialisasi ini, terdapat 28 pelaku usaha dan belum memiliki legalitas usaha yang hadir dalam kegiatan tersebut. Dari 28 pelaku usaha yang belum memiliki usaha ada 7 UMKM yang berhasil didaftarkan untuk dokumen NIB (Nomor Izin Berusaha) yaitu:

No	Nama Pelaku Usaha	Jenis Usaha
1	Sutiyem	Cilok
2	Riyami	Kue Basah
3	Nurun Ilmi	Salad Buah
4	Miftah	Bumbu Masakan
5	Sunarsih	Tahu Bakso
6	Kasiah	Kerupuk Puli
7	Mukarromah	Kue Basah

Table 3. Daftar Pelaku Usaha yang sudah berhasil didaftarkan NIB Sumber: Hasil Olah Peneliti

Dalam kegiatan ini, sebanyak 7 pelaku usaha berhasil didaftarkan dan mendapatkan NIB (Nomor Induk Berusaha). Namun, beberapa pelaku usaha lainnya belum dapat didaftarkan karena menghadapi kendala, seperti NIK yang sudah terdaftar tanpa sepengetahuan mereka.

Selain membantu pendaftaran NIB, kami juga mendampingi pelaku usaha dalam proses pendaftaran sertifikat halal. Dari beberapa NIB yang berhasil didaftarkan, terdapat 2 pelaku usaha yang produknya memenuhi syarat untuk didaftarkan melalui skema self-declare, yaitu:

No	Nama Pelaku Usaha	Jenis Usaha
1	Riyami	Kue basah
2.	Nurun Ilmi	Salad Buah

Table 4. Daftar Pelaku Usaha yang dibantu untuk mendaftarkan Sertifikat Halal Sumber: Hasil Olah Peneliti

Kedua pelaku usaha tersebut telah kami bantu dalam proses pendaftaran sertifikat halal melalui aplikasi/web Si Halal. Saat ini, mereka hanya tinggal menunggu kuota pendaftaran sertifikat halal dari program SEHATI tersedia, sehingga proses sertifikasi halal mereka dapat dilanjutkan hingga selesai.

Branding yang dilakukan oleh Tim KKN-T untuk UMKM di Desa Penatarsewu mencakup tiga hal utama. Pertama, tim membuatkan rebranding kemasan produk agar tampil lebih menarik dan profesional. Kedua, mereka membuatkan akun media sosial untuk UMKM, seperti Instagram. Ketiga, tim juga membangun situs web untuk pemasaran digital. Semua langkah ini bertujuan untuk membantu UMKM memasarkan produk mereka secara lebih luas dan efektif melalui media digital. Berikut merupakan uraian dari masing-masing jenis branding yang dilakukan:

Kemasan produk adalah salah satu aspek penting dalam branding yang dapat mempengaruhi daya tarik dan keputusan pembelian konsumen. Dalam upaya kami untuk membantu UMKM di Desa Penatarsewu, tim KKN-T Group 24 telah fokus pada peningkatan branding melalui kemasan produk.

Untuk UMKM yang belum memiliki kemasan yang terbranding, kami membuatkan desain kemasan baru yang dapat memperkenalkan produk mereka dengan lebih baik. Bagi UMKM yang ingin melakukan perubahan, kami juga

melakukan rebranding untuk membuat kemasan mereka lebih menarik dan sesuai dengan identitas brand yang diinginkan.

Berikut merupakan beberapa hasil branding packaging yang dibantu oleh kelompok KKN berupa logo stiker, benner, packaging untuk diberikan kepada pelaku usaha:



Figure 4. Logo stike

Hasil Akhir



Figure 5. Packaging



Figure 6. Benner

Selama proses pendampingan branding, beberapa UMKM mengalami peningkatan yang signifikan dalam tampilan dan kemasan produk mereka. Produk yang sebelumnya hanya dijual di pasar lokal kini memiliki kemasan yang lebih menarik dan profesional. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk tetapi juga memberikan kesan yang lebih positif kepada konsumen. Kemasan yang baru dirancang dengan perhatian pada detail seperti desain, warna, dan informasi produk, membantu produk tersebut tampil lebih menonjol di rak dan memudahkan konsumen dalam mengenali dan memilihnya.

Selain itu, kemasan yang lebih baik dapat meningkatkan nilai persepsi produk, menjadikannya lebih kompetitif di pasar. Kualitas kemasan yang meningkat juga dapat mempengaruhi cara konsumen memandang merek, memberikan kesan bahwa produk tersebut lebih berkualitas dan terpercaya. Dengan kemasan yang dirancang secara profesional, produk UMKM memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian pelanggan baru dan memperluas jangkauan pasarnya, baik di tingkat lokal maupun lebih luas lagi.

Dalam era digital saat ini, keberadaan media sosial telah menjadi salah satu alat yang sangat efektif untuk promosi dan branding. Memahami pentingnya media sosial dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk, tim KKN-T Group 24 Desa Penatarsewu berkomitmen untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal melalui pengembangan strategi branding yang efektif. Salah satu upaya kami adalah dengan membantu dengan membuatkan dan mengelola Instagram sebagai sarana promosi untuk produk-produk UMKM di Desa Penatarsewu. Selain itu, platform instagram menawarkan potensi besar bagi UMKM untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Dalam hal ini, kami telah membantu UMKM lokal

dalam pembuatan dan pengelolaan akun Instagram, termasuk penyusunan konten yang menarik, pengoptimalan tampilan profil, serta publishing konten promosi di platform ini. Berikut merupakan akun Instagram yang sudah dibuatkan:



Figure 7. Akun Instagram UMKM Desa Penatarsewu

1. Branding Packaging
2. Branding Media Sosial Instagram
3. Branding Website Marketing

Di era digital sekarang ini, memiliki website adalah salah satu cara terbaik untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk. Untuk membantu UMKM di Desa Penatarsewu, tim KKN-T Group 24 telah melakukan branding dengan cara membuat website khusus yang dapat digunakan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk-produk mereka.

Website ini dirancang untuk memberikan informasi lebih lanjut tentang UMKM di desa kami. Di dalamnya, kami menyertakan berbagai fitur untuk menampilkan produk-produk UMKM dengan cara yang menarik dan informatif. Dengan adanya website ini, UMKM di Desa Penatarsewu dapat lebih mudah dikenal oleh banyak orang dan menjangkau pelanggan baru.

Kesimpulan

Dari pelaksanaan pengabdian masyarakat kelompok akademisi mahasiswa KKN-T Universitas Muhammadiyah Sidoarjo di Desa Penatarsewu Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo, bahwa penelitian ini menjelaskan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Penatarsewu, terutama terkait legalitas usaha dan branding. Banyak pelaku UMKM belum paham pentingnya memiliki legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Halal. Tanpa adanya dokumen NIB dan sertifikat Halal, UMKM kesulitan mengakses pasar yang lebih luas dan tidak mendapatkan perlindungan hukum yang memadai, sehingga mereka beroperasi dalam kondisi yang kurang optimal. Selain itu, branding menjadi masalah utama. Di era digital ini, membangun merek yang kuat dan menggunakan strategi pemasaran yang tepat sangat penting untuk menarik pelanggan. Namun, banyak UMKM di desa ini belum menyadari pentingnya branding dan belum bisa memanfaatkan platform digital dengan baik.

Mahasiswa KKN-T Universitas Muhammadiyah Sidoarjo membantu UMKM mengatasi masalah ini melalui sosialisasi dan pendampingan. Mereka membantu beberapa UMKM mengurus NIB dan memulai pengurusan Sertifikat Halal, yang merupakan langkah penting agar UMKM dapat beroperasi secara legal. Di bidang branding, mereka juga membantu memperbarui logo, desain kemasan, dan memulai pemasaran digital, sehingga produk UMKM menjadi lebih menarik dan memiliki jangkauan pasar yang lebih luas. Sehingga dengan adanya pendampingan yang terus-menerus sangat penting untuk membantu UMKM di Desa Penatarsewu mengatasi tantangan legalitas dan branding, supaya mereka bisa berkembang dengan lebih baik di pasar lokal maupun global.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur dan alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat atas karunianya yang membuat saya dapat menyelesaikan artikel ilmiah ini. Saya ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak-pihak yang telah mendukung dalam proses penyelesaian artikel ilmiah ini dan dapat diselesaikan dengan baik.

References

1. M. Ichsan and N. S. Putri, "Peningkatan Kualitas Produk UMKM Kaidah Snack Melalui Digital Marketing, Upgrading Kemasan, dan Legalitas Produk Improving The Quality of Snack MSME's Products Through Digital Marketing, Packaging Upgrading, and Product Legality," vol. 4, no. 1, pp. 18-23, 2024, doi: 10.30997/almujtamae.v4i1.11663.

2. K. W. Mas'udah et al., "Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Branding dan Legalitas di Desa Pulosari," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, pp. 185-197, 2022.
3. S. Al Farisi, M. I. Fasa, and Suharto, "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *J. Din. Ekon. Syariah*, vol. 9, no. 1, pp. 73-84, 2022, doi: 10.53429/jdes.v9ino.1.307.
4. D. Haryani, "Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Pengembangan Usaha Anyaman Rumbai Di Desa Sidang Mas Banyuasin Iii Kabupaten Banyuasin," *Jiads*, vol. 17, no. 2, pp. 53-54, 2022.
5. N. Harini, D. Suhariyanto, I. Indriyani, N. Novaria, A. Santoso, and E. Yuniarti, "Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Perekonomian Desa," *Amalee Indones. J. Community Res. Engagem.*, vol. 4, no. 2, pp. 363-375, 2023, doi: 10.37680/amalee.v4i2.2834.
6. R. Rambe, G. Ramadhani, and T. F. Akmala, "Peran Umkm Dalam Meningkatkan Perekonomian Dan Kesejahteraan Masyarakat," *J. Neraca Manajemen, Ekon.*, vol. 3, no. 2, pp. 81-90, 2023.
7. S. Rahayu, I. P. G. Diatmika, and W. Haryadi, "Analisis Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Perekonomian Umkm Pesisir Saliper Ate Di Kabupaten Sumbawa," *J. Ris. Kaji. Teknol. dan Lingkung.*, vol. 5, no. 1, pp. 01-08, 2022, doi: 10.58406/jrktl.v5i1.954.
8. S. Indrawati and A. F. Rachmawati, "Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM," *J. Dedik. Huk.*, vol. 1, no. 3, pp. 231-241, 2021, doi: 10.22219/jdh.v1i3.17113.
9. F. N. R. Budiarto et al., "Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam Rangka Pengembangan UMKM Desa Ngampungan," *KARYA UNGGUL J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 116-124, 2022.
10. P. Indonesia, "UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 33 TAHUN 2014 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL DENGAN," *Cekindo.com*.
11. Nurul Zairina and Zaenal Wafa, "Penguatan Legalitas Usaha dan Digitalisasi pada UMKM di Kecamatan Sedayu," *J. Pengabd. Kpd. Masy. Nusant.*, vol. 4, no. 4, pp. 4121-4128, 2023.
12. B. Setiawan and A. Fadillah, "Pendampingan Penerapan Strategi Promosi Berbasis Digital Bagi UMKM Di Wilayah Kota Bogor," *J. Abdimas Dedik. Kesatuan*, vol. 1, no. 1, pp. 29-36, 2020, doi: 10.37641/jadkes.v1i1.320.
13. R. Anugrah et al., "Penerapan Branding Produk Dan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm," *Community Dev. J. J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 740-746, 2022, doi: 10.31004/cdj.v3i2.4702.
14. A. H. Asyrafi, I. M. Hendrati, and W. Wardaya, "Pendampingan Legalitas Usaha Untuk Mendukung Perkembangan UMKM Kampung Madani Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya," vol. 4, no. 4, pp. 127-135, 2024.
15. U. Rahmah and E. Iryanti, "Optimasi Upaya Pendampingan UMKM untuk Meningkatkan Branding UMKM Iborajut," *J. Has. Kegiat. Pengabd. Masy. Indones.*, vol. 1, no. 2, pp. 98-105, 2023.
16. D. S. Fuadi, A. S. Akhyadi, and I. Saripah, "Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial," *Diklus J. Pendidik. Luar Sekol.*, vol. 5, no. 1, pp. 1-13, 2021, doi: 10.21831/diklus.v5i1.37122.
17. D. Satria, C. R. Indraswari, and M. R. Purwanto, "Digitalisasi Data dan Roadmap Pengembangan IKM (Industri Kecil dan Menengah) di Kabupaten Tuban," *J. Inov. Pengabd. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 571-580, 2023, doi: 10.54082/jippm.195.