Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol. 7 No. 6
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

PEMBERDAYAAN UMKM DENGAN REBRANDING UMKM, PENDAFTARAN GOOGLE MAPS, DAN LEGALITAS USAHA DI DESA PETAK

Ahlan Ramadana[1], Ghaudiazzahra Abiyyisyajidha[2], Aliyyah Putri Salsabilah[3] , Yusuf Efraim Laga Hae[4], Nindia Pratiwi[5]
Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya, Indonesia

e-mail : ahlanramadana24@sby.ac.id, ghaudiazzahra@gmail.com, aliyyahputri60@gmail.com, yusuflagahae@gmail.com, nindiapratiwi04@gmail.com

Abstract

Digital transformation has driven significant changes in business management, including in the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) sector. The utilization of digital technology plays an important role in enhancing MSMEs' competitiveness, visibility, and sustainability; however, its implementation is often constrained by low digital literacy and limited awareness of the importance of branding and business legality. This Community Service Program (Kuliah Kerja Nyata/KKN) aims to strengthen MSME capacity through branding assistance and the reinforcement of business legality in Petak Village, Pacet District, Mojokerto Regency. The methods employed include an initial survey, program planning, and direct assistance provided to one culinary MSME partner. The program activities consist of business rebranding through the provision of a standing banner and redesigned menu, registration of the business location on Google Maps to improve consumer accessibility, and assistance in obtaining a Business Identification Number (Nomor Induk Berusaha/NIB) through the Online Single Submission (OSS) system. Program evaluation was conducted using field observations and simple questionnaires by comparing conditions before and after the implementation. The results indicate increased business visibility, improved accessibility for consumers, greater partner awareness of the importance of branding and legal compliance, and a rise in the number of daily customers, including tourists. These findings demonstrate that simple digitalization and business legality assistance can have a positive impact on the development of micro-scale MSMEs and contribute to the empowerment of the local economy.

Keywords: *MSMEs; Digital Transformation; Business Branding; Google Maps; Business Legality.*

Abstrak

Transformasi digital mendorong perubahan signifikan dalam pengelolaan usaha, termasuk pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pemanfaatan teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan daya saing, visibilitas, dan keberlanjutan UMKM, namun penerapannya masih terkendala oleh rendahnya literasi digital dan minimnya kesadaran terhadap branding serta legalitas usaha. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui pendampingan branding dan penguatan legalitas usaha di Desa Petak, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. Metode yang digunakan meliputi survei awal, perencanaan program, dan pelaksanaan pendampingan secara langsung kepada satu mitra UMKM sektor kuliner. Program

Article History
Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagirism Checker No 520
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/krepa.v1i2.365
Copyright : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

kerja meliputi rebranding usaha melalui pemberian banner standing dan desain menu, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps guna meningkatkan aksesibilitas konsumen, serta pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS). Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan kuesioner sederhana dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan visibilitas usaha, kemudahan akses bagi konsumen, meningkatnya kesadaran mitra terhadap pentingnya branding dan legalitas, serta bertambahnya jumlah konsumen harian, termasuk wisatawan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan digitalisasi dan legalitas sederhana mampu memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM mikro dan pemberdayaan ekonomi lokal.
Kata Kunci: UMKM; Transformasi Digital; Branding Usaha; Google Maps; Legalitas Usaha

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah memicu perubahan mendasar dalam berbagai dimensi kehidupan, termasuk pola operasional yang diterapkan oleh pelaku usaha. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membuka ruang yang luas bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperkuat daya saing melalui penerapan digitalisasi (Amalia et al., 2023). Pemanfaatan teknologi digital seperti perdagangan elektronik, platform media sosial, layanan teknologi keuangan, serta sistem berbasis komputasi awan berperan strategis dalam membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas proses operasional, serta mengembangkan inovasi model bisnis (Baskara, 2022). Meskipun demikian, implementasi teknologi digital di lingkungan UMKM menunjukkan variasi yang signifikan, yang dipengaruhi oleh tingkat literasi digital, ketersediaan infrastruktur, serta kondisi dan kesiapan keuangan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Petak, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan pendataan awal, terdapat puluhan pelaku UMKM yang aktif menjalankan usaha di desa ini. Sekitar 70–80% UMKM bergerak di sektor food and beverages (FnB) atau makanan dan minuman, seperti warung makan, rumah makan sederhana, serta usaha olahan pangan rumahan.

Sebagian besar UMKM di Desa Petak masih berskala mikro dengan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Jumlah tenaga kerja berkisar antara 1–5 orang per usaha.
2. Pangsa pasar utama masih terbatas pada konsumen lokal di sekitar desa.
3. Sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki branding usaha yang jelas, seperti logo, banner promosi, maupun identitas digital.
4. Banyak UMKM yang belum terdaftar pada platform digital, seperti Google Maps, dan belum memiliki legalitas usaha berupa NIB.

Branding adalah proses membangun identitas dan citra suatu merek secara terencana dan berkelanjutan agar mudah dikenali, dibedakan, serta memiliki makna tertentu di benak konsumen. Branding dalam hal ini membantu pelaku usaha UMKM dalam menarik konsumen lebih banyak. Umumnya di Desa Petak, konsumen hanya dari daerah sekitar saja tidak menyeluruh ke daerah lain. Sekitar desa ini terdapat beberapa tempat wisata dan jalan raya daerah Petak merupakan jalan utama yang mengarah menuju banyak tempat wisata. Adanya branding dapat menarik minat wisatawan juga untuk datang berkunjung ke tempat usaha pelaku UMKM.

Selain itu kemudahan dalam mengakses tempat usaha sangat dibutuhkan. Utamanya di era digitalisasi saat ini semua menggunakan gawai untuk mendapatkan segala informasi. Saat berkunjung ke suatu tempat baru, tentu dibutuhkan informasi lebih terkait apa-apa saja yang akan dibutuhkan. Misal, tempat untuk beristirahat dan mengisi perut seperti restoran atau

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

warung. Aplikasi yang paling umum dan pasti ada di setiap gawai adalah Google Maps. Cara penggunaannya yang mudah dan dapat memberikan petunjuk arah ke tempat tujuan menjadikan aplikasi ini sebagai aplikasi yang dibutuhkan oleh banyak orang. Mendaftarkan usaha ke aplikasi ini menjadi salah satu bentuk branding yang dapat menaikkan minat konsumen. Apabila usaha telah didaftarkan ke Google Maps akan lebih memudahkan konsumen dalam meraih tempat usaha UMKM.

Legalitas usaha merupakan faktor kunci dalam meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Secara konseptual, legalitas memberikan kepastian hukum, memperkuat posisi usaha di hadapan negara, serta menjadi prasyarat utama untuk mengakses berbagai fasilitas ekonomi formal. Secara empiris, berbagai penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki legalitas usaha cenderung memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dibandingkan UMKM informal. Penelitian Sari dan Putra (2021) membuktikan bahwa kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) berpengaruh signifikan terhadap kemudahan perizinan dan peningkatan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap UMKM. Studi lain oleh Hidayat et al. (2022) menunjukkan bahwa legalitas usaha berkorelasi positif dengan akses pembiayaan perbankan, karena lembaga keuangan mensyaratkan identitas usaha yang sah sebagai dasar penilaian kelayakan kredit.

Sejumlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya juga menunjukkan bahwa pendampingan pendaftaran NIB memberikan dampak positif bagi UMKM. Kurniawan dan Setiawan (2021) dalam kegiatan pengabdian berbasis hasil penelitian menemukan bahwa pendampingan legalitas usaha mampu meningkatkan kesadaran hukum pelaku UMKM sekaligus mendorong mereka untuk mengembangkan usaha secara lebih profesional. Hasil serupa dilaporkan dalam prosiding konferensi oleh Lestari et al. (2020), yang menunjukkan bahwa hilirisasi hasil penelitian melalui pendampingan legalitas dan digitalisasi UMKM berkontribusi pada peningkatan akses pasar dan kepercayaan konsumen.

Desa Petak merupakan salah satu desa yang terletak di jalur utama menuju berbagai destinasi wisata di Kecamatan Pacet yang secara fisik dan geografis dilalui oleh jalan raya dengan intensitas lalu lintas wisatawan yang cukup tinggi, terutama pada akhir pekan dan musim liburan. Dari sisi sosial dan ekonomi, masyarakat Desa Petak menunjukkan semangat kewirausahaan yang kuat, khususnya pada sektor kuliner yang memanfaatkan potensi lokal. Kondisi ini didukung oleh berbagai potensi wilayah yang relevan dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, antara lain letak geografis yang strategis di jalur wisata, tingginya arus wisatawan yang berpotensi menjadi konsumen UMKM, keberagaman produk kuliner lokal yang memiliki daya tarik tersendiri, serta ketersediaan teknologi digital yang telah umum digunakan oleh masyarakat, seperti penggunaan gawai dan akses internet.

METODE

Program kerja kami yakni melakukan pelatihan mengenai branding dan legalitas yang kami lakukan dengan pemberian banner, pendaftaran titik lokasi usaha di Google Maps, dan pendaftaran NIB (Nomor Induk Berusaha) UMKM. Program ini kami lakukan dengan satu mitra yang terletak di Dusun Mojoreto, Desa Petak.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pendekatan kombinasi yang mencakup survei, perencanaan, dan eksekusi untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas tempat UMKM untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Petak, Mojokerto. Kegiatan ini diharapkan membawa dampak positif pada peningkatan penjualan mitra kedepannya.

Kegiatan ini dilaksanakan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keberadaan Warung Makan UMKM di kalangan konsumen dengan memanfaatkan media promosi berupa banner yang informatif serta pencantuman lokasi usaha pada Google Maps agar mudah ditemukan. Keberadaan titik lokasi usaha di Google Maps membantu pelanggan menjangkau toko secara lebih efisien,

didukung oleh berbagai fitur seperti petunjuk rute, berbagi lokasi, dan pemberian ulasan yang memudahkan konsumen dalam menemukan, menyebarluaskan informasi lokasi, serta memberikan penilaian terhadap UMKM (Septi & Ariescy, 2024). Selain itu, kegiatan ini juga disertai dengan pendampingan pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk penguatan legalitas usaha, yang berperan dalam meningkatkan kredibilitas UMKM di mata konsumen serta membuka akses terhadap program pemerintah, bantuan usaha, dan peluang kemitraan.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pengukuran hasil kegiatan dilakukan dengan menggunakan observasi lapangan dan kuesioner sederhana yang disusun untuk membandingkan kondisi UMKM sebelum dan sesudah pelaksanaan program kerja. Observasi lapangan digunakan untuk melihat secara langsung perubahan yang terjadi, seperti kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB), adanya identitas usaha atau branding baik secara fisik maupun digital, serta keterdaftaran lokasi usaha pada platform Google Maps. Selain itu, kuesioner diberikan kepada pelaku UMKM untuk mengetahui tingkat pemahaman dan respons mereka terhadap pentingnya legalitas usaha, branding, dan pemanfaatan teknologi digital. Data pra-program diperoleh melalui survei dan pengamatan awal sebelum kegiatan dilaksanakan, sedangkan data pasca-program dikumpulkan melalui survei ulang, observasi lanjutan, dan dokumentasi hasil kegiatan. Seluruh data tersebut kemudian dibandingkan dan disajikan dalam bentuk tabel pra dan pasca program kerja untuk menggambarkan capaian dan dampak kegiatan pengabdian secara jelas, sistematis, dan mudah dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perancangan Program Pengabdian Masyarakat untuk Mitra UMKM

Kami memulai segala perencanaan setelah melakukan 1x survey di bulan Desember 2025. Survey pertama yang berhasil menuntun kami menemukan mitra bernama Bu Anik yang memiliki usaha Warung Makan Sego Babat Bu Anik. Kami menemukan Beliau dengan bantuan warga sekitar. Warung Makan Bu Anik saat kami lakukan survey, belum terdaftar di Google Maps dan tidak ada penunjuk arah khusus ke tempat usahanya. Padahal lokasinya cukup strategis yakni berada di tepi jalan raya yang ramai setiap harinya. Selain itu, Beliau juga belum memiliki legalitas usaha NIB sehingga kami ingin menjadikannya sebagai program kerja kami. Kami menganggap dengan kami mendaftarkan legalitas usaha mitra kami tidak hanya membantu mitra saja namun juga ikut andil dalam program pemerintah dalam pemberian akses ke bantuan, pendanaan (seperti KUR), dan pembayaran pajak.

Perencanaan kami lakukan setelah survey dengan pendapat seluruh anggota kelompok yang membawa hasil perencanaan program kerja sebagai berikut :

1. ReBranding

Dengan memberikan banner standing dengan desain terkini dan juga kami lengkapi dengan menu yang sudah kami re-design. Ini membuat tempat usaha terkesan lebih menarik mata konsumen.

2. Pendaftaran Google Maps

Sangat diperlukan agar tempat usaha mitra dapat dijangkau oleh lebih banyak konsumen karena Google Maps memudahkan orang untuk menemukan tempat tujuan utamanya tempat untuk makan. Penentuan ini juga dengan alasan bahwa tempat usaha mitra terletak di posisi yang strategis bagi wisatawan.

3. Pendaftaran NIB Usaha

Legalitas diperlukan karena menjadi identitas legal usaha yang diakui oleh negara, sehingga memberikan kepastian hukum dalam menjalankan kegiatan usaha. UMKM juga dapat lebih mudah mengakses berbagai fasilitas pemerintah, seperti bantuan, pelatihan, pembiayaan, serta program pemberdayaan usaha. Selain itu, dapat mempermudah pengurusan perizinan lain yang diperlukan untuk pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Vol. 7 No. 6
ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa

Sebelumnya, posisi usaha yang terletak di pinggir jalan menyebabkan banyak pengendara hanya melintas tanpa memperhatikan, bahkan tidak mengetahui keberadaan warung makan tersebut. Kurangnya daya tarik visual dari sisi jalan membuat usaha mitra belum terlihat secara optimal oleh calon konsumen yang melintas di area tersebut. Oleh karena itu, tim KKN memberikan banner standing sebagai media promosi tambahan yang ditempatkan pada titik yang mudah terlihat oleh pengendara. Keberadaan banner standing ini diharapkan mampu meningkatkan visibilitas warung makan, menarik perhatian pengguna jalan, serta membantu calon konsumen mengenali dan mengingat lokasi usaha mitra, sehingga berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan dan penjualan.

Tingkat kesulitan dari program kerja ini terbilang cukup rendah. Kami hanya perlu mendesain ulang banner dan mengubahnya menjadi banner standing juga mendesain ulang menu agar lebih menarik dan lebih jelas penataannya sehingga nantinya saat melakukan pendaftaran di Google Maps akan jelas foto-fotonya. Pendaftaran NIB juga tidak perlu menggunakan dokumen-dokumen yang menyulitkan karena hanya memerlukan KTP Mitra untuk mengisi data. Berikut ini kami lampirkan desain banner standing dan desain menu terbaru.



Gambar 1.1 Banner



Gambar 1.2 Sticker Logo Usaha

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Vol. 7 No. 6
ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa



Gambar 1.3 Menu

2. Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat

A. Rebranding dengan Banner Standing

Program kerja ini dilaksanakan pada hari Senin, 12 Januari 2026. Tim KKN yang terdiri dari empat orang berangkat menuju lokasi usaha UMKM mitra pada pagi hari sekitar pukul 08.00 WIB. Lokasi mitra terletak di Dusun Mojoroto dan ada di tepi jalan raya. Di sana kami melihat banyak pengendara berlalu Lalang, dan juga beberapa konsumen yang sedang menikmati hidangan.

Kegiatan diawali dengan perkenalan tim serta penyampaian tujuan pelaksanaan program kerja sebagaimana yang telah dikomunikasikan sebelumnya kepada mitra. Selanjutnya, tim melaksanakan kegiatan utama berupa pemberian banner standing kepada mitra usaha. Pemilihan banner standing didasarkan pada pertimbangan visibilitas, yaitu agar lokasi usaha mitra lebih mudah terlihat oleh pengguna jalan yang melintas di sekitar area usaha. Sebelumnya, mitra telah memiliki banner gantung sebagai penanda usaha, namun tingkat keterlihatannya dinilai masih kurang optimal bagi calon konsumen. Oleh karena itu, banner standing dipilih sebagai media pendukung untuk meningkatkan daya tarik visual usaha. Selain itu, tim juga memberikan pemahaman kepada mitra mengenai pentingnya banner sebagai salah satu strategi branding dalam memperkenalkan dan memperkuat identitas usaha. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat meningkatkan tingkat kunjungan konsumen dan berdampak positif terhadap peningkatan penjualan UMKM mitra.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Vol. 7 No. 6
ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa



Gambar 2.1 Foto bersama Mitra UMKM



Gambar 2.2 Foto Pemberian Menu

B. Pendaftaran Google Maps

Selanjutnya, kami melakukan pendaftaran tempat usaha mitra ke Google Maps. Sebelumnya sudah sempat kami tanyakan saat survey mengenai alasan mitra tidak mendaftarkan usahanya, menurutnya alur pendaftarannya cukup rumit bagi masyarakat yang gaptek atau gagap teknologi. Waktu pendaftaran yang memakan waktu, membuat mitra malas untuk mendaftar. Oleh karena itu, saat kami menanyakan ketersediaannya untuk kami daftarkan, Beliau sangat bersedia.

Kami memberikan pengarahan dulu tentang Google Maps, seperti cara penggunaannya, apa manfaat dan tujuan dibuatnya, dan cara mengelolanya. Kemudian, kami mulai mendaftarkan mitra dengan mengikuti alur yang telah disediakan. Kami juga menjelaskan pertahapnya kepada mitra karena Beliau ingin belajar agar dapat membantu teman-teman yang juga memiliki usaha serta ingin mendaftarkan tempat usahanya. Langkah-langkah kami jelaskan dengan bahasa yang mudah agar mitra mudah mengerti.

Setelah selesai mendaftarkan, mitra perlu menunggu untuk verifikasi dari Google. Waktu yang dibutuhkan adalah sekitar beberapa jam saja, sebelum akhirnya bisa diakses oleh banyak pihak. Berikut ini tabel pra-pendaftaran Google Maps dan pasca-pendaftaran.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Vol. 7 No. 6
ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa

Tabel 2.1 Perbandingan Pra dan Pasca Pendaftaran

Aspek yang Dinilai	Pra Pendaftaran	Pasca Pendaftaran	Keterangan
Konsumen Warga Sekitar	15-20 orang	15-20 orang	Tetap karena warga sekitar tidak perlu menggunakan Google Maps
Konsumen Wisatawan	5-10 orang	5-15 orang	Mengalami peningkatan karena lokasi telah mudah diakses.
Pendapatan	Rp600.000,00/minggu	Rp675.000,00/minggu	Mengalami peningkatan 12,5% di minggu pertama
Jarak waktu antar konsumen	30 menit	30 menit	Tetap

Berikut ini juga hasil pendaftaran titik lokasi usaha di Google Maps.



Gambar 2.2 Titik Lokasi Google Maps Mitra

C. Pendaftaran NIB

Kemudian, tim kami memfasilitasi proses pendaftaran tempat usaha mitra melalui sistem *Online Single Submission* (OSS) pada laman resmi www.oss.go.id guna memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai identitas legal usaha. Proses pendaftaran tersebut relatif sederhana karena hanya memerlukan data diri berupa KTP mitra serta pengisian formulir-formulir elektronik yang telah disediakan oleh sistem. Dalam tahapan ini, kami tidak hanya membantu secara teknis, tetapi juga memberikan pengarahan dan pendampingan kepada mitra mengenai pentingnya legalitas usaha, fungsi NIB, serta manfaat jangka panjang yang dapat diperoleh dari kepemilikan dokumen legal tersebut. Setelah penjelasan disampaikan, mitra mengungkapkan bahwa sebelumnya belum pernah terpikir untuk mendaftarkan usahanya secara resmi karena menganggap legalitas hanya diperlukan bagi usaha berbentuk Perseroan Terbatas (PT) atau perusahaan berskala besar. Namun demikian, setelah memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, mitra menyadari bahwa pendaftaran legalitas usaha memiliki peran yang sangat strategis bagi keberlanjutan usaha, khususnya sebagai bentuk

perlindungan hukum apabila di kemudian hari terjadi permasalahan, perkara, atau sengketa yang berkaitan dengan aktivitas usahanya.

KESIMPULAN

Program kerja KKN kami telah mencapai tujuannya, yakni meningkatkan pemasaran dengan rebranding juga memberikan legalitas kepada UMKM. Program kerja kami mendapatkan respon positif dari Bu Anik sebagai mitra. Mitra merasa terbantu dengan program kerja kami juga Beliau mendapatkan ilmu baru yang penting dalam perkembangan teknologi saat ini. Pendaftaran lokasi usaha di Google Maps serta pemasangan banner standing di tepi jalan membuat konsumen meningkat. Orang-orang yang menuju tempat wisata kebanyakan beristirahat di tempat beliau ada yang karena menemukan lokasi di Google Maps dan menoleh pada banner yang terpampang. Konsumen yang awalnya dalam sehari sebanyak 20-30 orang menjadi 30-40 orang totalnya. Wisatawan yang datang biasanya hanya maksimal 10 orang dalam sehari, tapi sekarang bisa menyentuh angka 20 orang.

Selain itu, kami juga memfasilitasi legalitas usaha mitra melalui pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB). Kepemilikan NIB ini diharapkan dapat mempermudah mitra dalam mengakses berbagai program bantuan pemerintah serta fasilitas pembiayaan, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR). Di samping memberikan manfaat langsung bagi mitra, kegiatan ini juga sejalan dengan kebijakan pemerintah yang mendorong peningkatan legalitas dan pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai upaya memperkuat perekonomian nasional. Adanya legalitas ini dapat membantu usaha mitra kedepannya.

Untuk kegiatan KKN selanjutnya, diharapkan untuk lebih berfokus pada pemasaran di media sosial. Bertujuan agar mitra lebih dikenal tidak hanya masyarakat di daerah Mojokerto atau Jawa Timur saja melainkan hingga ke daerah-daerah lain. Adanya branding yang sudah kami berikan akan lebih memudahkan karena dari sisi lokasi sudah dapat dibantu aplikasi Google Maps serta papan banner yang terlihat di pinggir jalan telah memudahkan calon konsumen untuk menemukan tempat usaha mitra.

DAFTAR PUSTAKA

1. Kurniawan A, Setiawan B. Pendampingan legalitas usaha bagi UMKM sebagai upaya peningkatan profesionalisme usaha. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. 2021;5(2):145–152.
2. Lestari D, Rahmawati N, Pratama R. Hilirisasi hasil penelitian melalui pendampingan legalitas dan digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*. 2020;2(1):233–240.
3. Sari RP, Putra AD. Pengaruh kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) terhadap kemudahan perizinan UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 2021;11(1):55–63.
4. Agustina TS, Sutrisno DTH. Pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk pengembangan UMKM milik mahasiswa binaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. *Jurnal Abdimas Madani dan Lestari (JAMALI)*. 2024;6(2):139–148.
5. Hidayat T, Maulana A, Fitriani L. Legalitas usaha dan akses pembiayaan perbankan pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 2022;6(3):201–210.
6. Septi M, Ariescy RR. Pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi digital UMKM. *Jurnal Pengabdian Ekonomi Kreatif*. 2024;4(1):67–75.
7. Baskara IGK. Transformasi digital UMKM dalam menghadapi persaingan usaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 2022;24(2):89–98.
8. Amalia R, Putri SA, Nugroho A. Digitalisasi UMKM sebagai strategi peningkatan daya saing. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*. 2023;23(1):14–25.
9. Prasetyo E, Wulandari S. Peningkatan visibilitas UMKM melalui pendaftaran Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi*. 2020;3(2):101–109.

10. Ramadhan MF, Susanti D. Branding dan identitas visual sebagai strategi pemasaran UMKM kuliner. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*. 2019;7(1):33–41.
11. Wijaya H, Santoso B. Peran legalitas usaha dalam keberlanjutan UMKM di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*. 2018;10(2):120–129.