

Pendampingan UMKM Tape Semen Bu Suwarti Dalam Pembuatan NIB & Branding Untuk Meningkatkan Daya Saing

Assistance to Mrs. Suwarti's Cement Tape MSMEs in Making NIB & Branding to Increase Competitiveness

Seftia Triwulan Dari¹, Audy Herlina Puspitasari², Reydiva Novia Hermawan³, Salsabila Zahra Maulidina⁴, Muhammad Adli Al Fawwaz⁵, Chrystia Aji Putra⁶

¹⁻⁶UPN Veteran Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespondensi penulis: ajiputra@upnjatim.ac.id*

Article History:

Received: 30 Juni, 2024

Accepted : 05 Juli, 2024

Published: 31 Agustus, 2024

Keywords: NIB, Online Single Submissions (OSS), Visual Identity Branding, MSMEs

Abstract. *Micro, Small and Medium Enterprises or MSMEs have an important role in the economy in Indonesia. Business legality that is officially recognized by the government, such as a Business Identification Number, is the main prerequisite for gaining consumer trust and access to various other business opportunities, including financing and partnerships. The aim of this activity is to provide assistance to Bu Suwarti Semen Tape MSMEs regarding NIB creation, starting from the registration process to NIB processing so that the business is recognized as legal by the government, and by developing branding for the Bu Suwarti Semen Tape product, it can increase the attractiveness and competitiveness of its products on the market. The MSME assistance work program is carried out using several methods including surveys, observations, interviews and discussions, as well as mentoring. This assistance is carried out in two stages, namely assistance in creating a Business Identification Number which starts from the registration process to processing the NIB so that the legality of the business is recognized by the government. Next, the second stage is assistance with MSME branding through creating a visual identity which aims to increase the attractiveness and competitiveness of this tape product on the market.*

Abstrak.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM memiliki peranan yang penting dalam perekonomian di Indonesia. Legalitas usaha yang resmi diakui oleh pemerintah, seperti Nomor Induk Berusaha, merupakan prasyarat utama untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan akses ke berbagai peluang bisnis lainnya, termasuk pembiayaan dan kemitraan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pendampingan kepada UMKM Tape Semen Bu Suwarti terkait pembuatan NIB mulai dari proses pendaftaran hingga pengurusan NIB sehingga usaha tersebut diakui legalitasnya oleh pemerintah, serta dengan adanya pengembangan branding produk Tape Semen Bu Suwarti dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing produknya di pasaran. Program kerja pendampingan UMKM dilakukan dengan beberapa metode yang meliputi survei, observasi, wawancara dan diskusi, serta pendampingan. Pendampingan ini dilakukan dalam dua tahapan, yaitu pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha yang dimulai dari proses pendaftaran hingga pengurusan NIB sehingga usaha tersebut diakui legalitasnya oleh pemerintah. Selanjutnya, tahapan yang kedua yaitu pendampingan branding UMKM melalui pembuatan identitas visual yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produk tape ini di pasaran.

Kata kunci: NIB, Online Single Submissions (OSS), Branding Identitas Visual, UMKM

* Chrystia Aji Putra, ajiputra@upnjatim.ac.id

LATAR BELAKANG

Menurut M.Kwartono dalam Al Farisi, Fasa, Suharto (2022) Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) merupakan badan usaha yang memiliki profit atau keuntungan yang tidak lebih dari 200 juta (laba tahunan). Meskipun demikian UMKM memiliki peranan yang penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM berkontribusi relevan terhadap penciptaan lapangan pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi lokal daerah. Namun, banyaknya tantangan dalam pengembangan UMKM, terutama pada legalitas usaha dan strategi branding. Legalitas usaha yang resmi diakui oleh pemerintah, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), merupakan prasyarat utama untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan akses ke berbagai peluang bisnis lainnya, termasuk pembiayaan dan kemitraan. Selain itu, branding yang kuat diperlukan untuk membuat perbedaan produk dengan produk UMKM sejenis lainnya di pasaran yang semakin kompetitif. Menurut Komalasari et al (2023), pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah langkah untuk membantu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam mendapatkan legalitas usaha. Dengan memiliki NIB, UMKM dapat meningkatkan keyakinan konsumen dan memudahkan dalam melakukan transaksi bisnis, seperti mengajukan pinjaman dana atau mendapatkan fasilitas pajak.

Dalam pendaftaran NIB, pemerintah telah menciptakan sebuah inovasi untuk membantu dan mempermudah pelaku UMK dengan membuat pelayanan pembuatan perizinan berusaha melalui Online Single Submissions (OSS) (Soejono et al, 2020). OSS, atau Online Single Submission, adalah sistem perizinan berusaha yang terintegrasi secara elektronik. Sistem ini diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk dan atas nama Menteri, pimpinan lembaga, Gubernur, atau Bupati/Walikota kepada pelaku usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi. OSS dirancang untuk mempermudah pengurusan berbagai perizinan berusaha, termasuk izin terkait lokasi, lingkungan, dan bangunan, serta izin operasional untuk kegiatan operasional usaha di tingkat pusat maupun daerah. OSS membantu UMKM dalam mengurus seluruh persyaratan hukum usaha, seperti pendaftaran NIB, perizinan, dan sertifikasi standar bersama, melalui satu portal online. Tujuan website ini adalah untuk menyederhanakan pelaksanaan penerbitan perizinan berusaha agar lebih efektif.

Pemerintah juga memberikan bantuan agar UMKM dapat berinteraksi secara efektif dengan pemilik usaha skala besar. Ketentuan tersebut dituangkan dalam Perpres Nomor 10 Tahun 2021. Pelaku usaha besar pun bisa mendapatkan keuntungan jika menggandeng UMKM. Lebih lanjut, sesuai UU Cipta Kerja, pemerintah juga telah selesai mengubah kriteria UMKM berbasis Modal Dasar. Kriteria berdasarkan model dasbor ini diharapkan mampu mendukung inisiatif kemitraan dan pelatihan UMKM. Untuk bisnis kriteria mikro, kini modus

operasionalnya dasar sebesar Rp 1 juta, dibandingkan sebelumnya Rp 50 juta. Usaha skala kecil yang mereka jalani mengharuskan mereka memiliki modal dasar antara Rp1 dan Rp5 juta, dibandingkan sebelumnya hanya Rp50 dan Rp500 juta, yang tidak termasuk tanah dan bangunan.

Saat ini masih banyak pelaku UMKM yang belum mendaftarkan izin legalitas usahanya, salah satunya yaitu Tape Semen Bu Suwarti. Tape Semen Bu Suwarti merupakan usaha Tape yang berlokasi di Dusun Semen, Desa Musir Kidul. Alasan UMKM Tape Semen Bu Suwarti belum memiliki Nomor Usaha adalah karena pemilik dan pengelola usaha belum sepenuhnya memahami pentingnya legalitas usaha dan cara menangani berbagai tahapan dalam pembuatan NIB. Oleh karena itu, Mahasiswa KKNT UPNVJT 2024 akan melakukan peninjauan kembali NIB UMKM Tape Semen Bu Suwarti. Dengan penerapan NIB, kami berharap upaya kami dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi, membantu penegakan legalitas usaha, dan meningkatkan kualitas operasional secara keseluruhan.

Dengan meningkatnya jumlah UMKM, maka semakin meningkat juga persaingan di antara satu UMKM dengan UMKM lainnya. Karena itu, tidak sedikit UMKM yang tidak dapat bertahan pada persaingan yang begitu ketat. Masalah utama yang mungkin dihadapi oleh UMKM seringkali berasal dari individu yang menjalankan usaha itu sendiri. Rasa enggan untuk mengikuti perkembangan teknologi saat ini dapat menjadi tantangan di era Revolusi Industri 4.0 (Enisari et al, 2021). Dalam mendukung pertumbuhan UMKM Tape Semen Bu Suwarti agar lebih berkembang dan dikenal oleh khalayak umum, perlu adanya pengenalan terhadap brand identity sebagai strategi branding. Brand Identity disebut juga dengan istilah identitas visual (visual identity) atau identitas grafis, adalah kumpulan gambar yang secara grafis menggambarkan suatu ciri khas tertentu yang mewakili entitas tertentu yang diwakili. Dalam sebuah entitas atau dalam hal ini perusahaan, identitas visual berfungsi sebagai cerminan dari karakteristik maupun visi-misi perusahaan tersebut (Putra, 2019). Menurut Thabroni (2019), sebagai bentuk visual, identitas visual menampilkan simbol yang mencerminkan citra yang hendak ditampilkan. Identitas visual merupakan komponen penting bagi setiap entitas, antara lain sebagai tanda kepemilikan, jaminan kualitas, mencegah peniruan atau pembajakan. Selain menjadi bagian dari komponen legalitas sebuah entitas, identitas visual juga berfungsi sebagai sarana identifikasi, diferensiasi, komunikasi, marketing dan branding. Logo yang konsisten adalah hal yang penting dalam mempromosikan brand dalam berbagai media khususnya media digital (Hananto, 2019).

Sebagai upaya dalam mengidentifikasi permasalahan secara komprehensif, penulis melaksanakan kegiatan survei yang diselenggarakan pada aparat pemerintah Desa Musir Kidul dan Pelaku UMKM melalui metode wawancara dan pengamatan secara langsung di lapangan. Permasalahan yang kami temui setelah melakukan pengamatan di lapangan ialah kurangnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai pentingnya kepemilikan NIB sebagai legalitas usaha bagi pengembangan usaha, serta belum adanya logo produk sebagai brand identity untuk keperluan branding dari usaha yang dijalani.

Program pengabdian kepada masyarakat ini memiliki dua tujuan. Tujuan yang pertama adalah untuk memberikan pendampingan kepada UMKM Tape Semen Bu Suwarti terkait pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) mulai dari proses pendaftaran hingga pengurusan NIB sehingga usaha tersebut diakui legalitasnya oleh pemerintah. Dengan adanya kepemilikan NIB, diharapkan UMKM ini bisa memperoleh kepercayaan konsumen yang meningkat, menjangkau berbagai program bantuan pemerintah, serta memperluas peluang adanya kerjasama bisnis. Tujuan kedua adalah pengembangan branding produk Tape Semen Bu Suwarti untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produknya di pasaran. Branding pembuatan identitas visual, yaitu desain logo, serta pembuatan desain banner. Menurut Adib dan Wahyudi dalam Sunata et al (2020) konsumen akan lebih mudah mengingat suatu brand dengan melihat logo dan warna yang digunakan pada media yang dipakai. Tercapainya kedua tujuan ini diharapkan dapat memperkokoh posisi UMKM Tape Semen Bu Suwarti di pasaran, meningkatkan volume penjualan, dan mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

KAJIAN TEORITIS

Teori Kewirausahaan

Menurut Robbins & Coulter dalam (Asnawati, 2021), Kewirausahaan adalah suatu proses atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk menggunakan usaha serta saran yang terorganisir untuk mengejar peluang guna menciptakan nilai dan bertumbuh atau mengembangkan usahanya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui inovasi dan keunikan.

Dalam tulisan ini, Teori Kewirausahaan diimplementasikan dalam Tape Semen Bu Suwarti sebagai pelaku kewirausahaan UMKM (Usaha, Kecil, Mikro, dan Menengah). Di bidang pengolahan makanan ini, guna mengejar peluang untuk berwirausaha, Bu Suwarti menginovasikan singkong menjadi Tape sehingga dapat menciptakan nilai jual.

Teori *Brand Identity*

Menurut Kotler & Keller (Hendrajati, 2016) *Brand Identity* atau Identitas Merek merupakan seperangkat asosiasi merek yang memiliki ciri khas (khusus atau unik) yang diciptakan oleh penyusun strategi merek (pemilik *brand* / usaha). Kemudian menurut Wheeler (2013) *Brand Identity* merupakan suatu hal yang nyata dan menarik bagi indera mata (dapat memikat konsumen). Asosiasi-asosiasi yang dimaksud dapat berupa cerminan dari kedudukan suatu merek serta suatu ikatan janji kepada pelanggan. Identitas Merek dapat meningkatkan hubungan baik antara pemilik *brand* atau usaha dengan pelanggan melalui proposisi nilai yang dapat memberikan manfaat fungsional, emosional, dan dapat digunakan untuk mengekspresikan diri (usaha). Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan menurut (Setiawati, Retnasari, & Fitriawati, 2019), *brand identity* adalah elemen kasat mata dari sebuah brand yang menyampaikan karakter, komitmen dan nilai-nilai produk sebuah perusahaan agar dapat dipahami oleh konsumen melalui aspek warna, simbol, atau tipologi. Dalam tulisan ini, identitas untuk meningkatkan branding Tape Semen Bu Suwarti salah satunya adalah pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Beberapa manfaat Nomor Induk Berusaha (NIB) yaitu (1) Identifikasi Usaha, NIB berguna untuk mengidentifikasi secara khusus setiap badan usaha, mulai dari perseorangan hingga perusahaan di Indonesia, (2) Mempermudah Perizinan, NIB dapat digunakan pula sebagai referensi dalam proses perizinan usaha, karena dengan adanya NIB proses perizinan dapat lebih cepat dan efisien, (3) Pemantauan dan Pengawasan, Pemerintah dapat memantau aktivitas yang dilakukan oleh sebuah badan usaha melalui NIB, (4) Integrasi Sistem Informasi: NIB juga berfungsi sebagai bagian dari upaya integrasi sistem informasi terkait informasi badan usaha di Indonesia, sehingga informasi mengenai aktivitas dan perizinan badan usaha dapat terkelola dengan baik, secara resmi dari pusat, (5) Keamanan dan Transparansi: NIB dapat memberikan kepercayaan bagi pelanggan serta investor bahwa badan usaha yang bersangkutan telah resmi didaftarkan dan terdata ke dalam Badan Perizinan Indonesia.

Menurut Ulul Ilham dalam Suprihati et al (2023) pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) semakin dimudahkan dalam perizinan dan pengembangan usahanya. Berikut adalah manfaat memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah: 1) Mempermudah akses Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bagi pengusaha UMKM yang sudah memiliki NIB, akan mendapatkan kemudahan dalam aspek pendanaan. Salah satunya dengan bunga dengan suku rendah KUR yang diimplementasikan dengan subsidi pemerintah, sehingga bunga yang dibebankan kepada pengguna hanya 3% saja. 2) Memperoleh pelatihan Pendaftaran UMKM untuk memperoleh NIB sendiri membuat usaha akan tercatat di

pemerintah pusat sehingga akan mempermudah dinas-dinas terkait untuk memberikan pelatihan dan pembinaan mengenai keterampilan usaha sesuai domisili. 3) Usaha mendapatkan legalitas Dengan memiliki NIB, usaha yang dirintis akan memiliki legalitas dan memudahkan untuk mengakses hal-hal yang terkait di bidang administratif. 4) Tepat sasaran dalam memperoleh program pemerintah Dengan data UMKM yang telah tercatat secara administratif, pemerintah dapat dengan mudah memberikan program-program yang membantu UMKM dengan tepat sasaran sesuai kebutuhan. 5) Kemudahan memasuki komunitas resmi NIB juga memberikan kemudahan dalam akses bergabung dalam komunitas-komunitas resmi yang terkait dengan usaha UMKM yang dimiliki.

Brand Identity sebagai salah satu upaya Rebranding Tape Semen Bu Suwarti melalui pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan kualitas badan usaha tersebut guna dapat lebih kompeten untuk bersaing dalam dunia kewirausahaan di lingkup yang lebih luas. Brand (merek) merupakan bagian terpenting dan sangat berharga di dalam suatu UMKM. Adanya brand pada suatu produk, maka dapat membedakan produk dengan yang dimiliki oleh pesaing (Mahfirah et al, 2023).

Berkaitan dengan penelitian dalam tulisan ini, penulis menemukan beberapa studi terdahulu mengenai Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk UMKM. Sebagai upaya untuk menyelesaikan tulisan ini, penulis menggunakan studi-studi (penelitian) sebelumnya sebagai rujukan. Salah satu jurnal yang digunakan sebagai acuan yaitu jurnal yang berjudul “Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam Rangka Pengembangan UMKM Desa Ngampungan” yang ditulis oleh Budiarto, et al (2022). Jurnal tersebut membahas mengenai penulis yang membantu pembuatan NIB agar pemilik badan usaha tersebut dapat dengan mudah memperoleh bantuan modal usaha, baik bantuan uang tunai sebagai modal, alat pendukung / penunjang, serta dana pengembangan usaha dari investor. Perbedaan jurnal tersebut dengan tulisan ini yaitu dalam tulisan ini penulis menambahkan upaya untuk Rebranding usaha Tape Semen Bu Suwarti untuk meningkatkan daya saing dalam aktivitas kewirausahaan.

Teori Visual Branding

Teori *Brand Visual* atau *Visual Branding* merujuk pada konsep dan strategi untuk membangun identitas visual suatu merek atau badan usaha. Menurut Kotler (2009:258) dalam Sasmito, Deddi, Febriani (2021) *Brand* adalah nama, lambang, istilah, tanda, desain, dan atau kombinasinya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual untuk mendiferensiasikan produk atau jasa dari penjual lain. Kemudian menurut Budiman (1998:93) dalam (Mulia, 2019) Visual Branding merupakan pengaruh yang

diakibatkan oleh suatu bentuk visual untuk memberikan ciri khas atau mendiferensiasikan suatu produk atau *brand* tertentu. Diferensiasi produk artinya membedakan *brand* tersebut dengan brand kompetitor sehingga *brand* tersebut memiliki nilai tersendiri yang lebih menonjol yang dapat dirasakan keunggulannya oleh konsumen. *Brand Visual / Visual Branding* memiliki beberapa pondasi utama, yakni Pertama, *Brand* (merek, logo) dapat berupa visual / gambar atau susunan huruf, dan dapat juga terdiri atas keduanya. Kedua, Warna (*brand*/produk) suatu *brand* harus memiliki ciri khas warna tertentu sebagai identitas simbol yang menonjol agar memberikan kesan tertentu di mata konsumen. Ketiga, Komposisi elemen penyusun dari logo dan merek (nama *brand*) agar konsumen dapat dengan mudah mengenali dan mengingat brand atau produk tersebut.

Logo adalah elemen grafis yang berbentuk vidgram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. Logo adalah atribut utama brand yang terlihat secara fisik. Namun logo yang baik juga harus dapat menampilkan semua atribut nonfisik yang merupakan jiwa dari brand (visi misi, nilai, budaya). Logo dapat dibedakan menjadi beberapa tipe. Logogram, adalah gambar yang mewakili sebuah makna. Atau secara lebih mudah dapat dikatakan logogram adalah logo yang dituangkan dalam bentuk gambar. Logogram yang baik dapat menjadi elemen visual yang kuat mudah diingat oleh masyarakat (Oscario, 2013).

METODE PENELITIAN

Program kerja pendampingan UMKM dilakukan dengan beberapa metode yang meliputi survei, observasi, wawancara dan diskusi, serta pendampingan. Survey dan wawancara pertama dilakukan dengan menemui Bapak Kepala Desa Musir Kidul untuk mengumpulkan informasi mengenai potensi dan kendala yang dimiliki oleh desa, yang salah satunya yaitu mengenai UMKM Tape. Survey dilaksanakan dengan berkunjung ke Dusun Semen, Desa Musir Kidul yang terkenal akan kegiatan produksi tape. Pelaku UMKM Tape di Dusun Semen terbagi menjadi sekitar 9 orang, hingga akhirnya berhasil ditemukan pelaku UMKM Tape yang dapat dijadikan mitra. Hasil dari survey menunjukkan bahwa tidak keseluruhan pelaku UMKM telah memiliki NIB, produksi dilakukan secara tradisional, dan kegiatan produksi tape termasuk dalam produksi rumahan yang belum mempunyai legalitas usaha.

Observasi dilakukan dengan mengunjungi mitra yang telah ditentukan yaitu salah satu pelaku UMKM Tape Dusun Semen. Selama observasi, diputuskan untuk mendampingi mitra UMKM yang bernama Tape Semen Bu Suwarti. Saat berkunjung ke lapangan, juga dilakukan diskusi terkait kegiatan produksi, pemahaman mengenai legalitas usaha, dan kegiatan *branding*

apa saja yang telah dilakukan UMKM tersebut. Observasi dilakukan bersama dengan Ibu Suwarti selaku pelaku dan pemilik UMKM serta suaminya.

Metode selanjutnya yang digunakan adalah wawancara dan diskusi. Wawancara dilakukan dengan pelaku UMKM Tape. Sedangkan, diskusi dilakukan baik dalam lingkup internal kelompok maupun dengan eksternal yaitu pelaku UMKM Tape yakni Bu Suwarti. Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara antara lain mengenai pemahaman tentang legalitas usaha berupa NIB, kepemilikan NIB oleh pelaku UMKM, dan jika belum memiliki, kesediaan untuk didampingi dalam pembuatan NIB. Selanjutnya, wawancara dan diskusi dilakukan bersama pelaku UMKM Tape untuk mengumpulkan informasi dan data usaha guna pembuatan NIB melalui *Online Single Submission (OSS)* berupa identitas, proses produksi, kapasitas produksi, penghasilan produksi, dan lain sebagainya. Diskusi pun dilakukan mengenai *branding* UMKM tepatnya adalah terkait logo dan banner untuk UMKM tape tersebut. Saran dan masukan diberikan oleh pelaku UMKM sehingga logo dan banner yang dibentuk dapat sesuai dengan usaha yang dijalankan.

Pendampingan dilaksanakan dalam pembuatan NIB dan branding UMKM yang berlokasi di rumah pelaku UMKM Tape. Data dan informasi yang telah terkumpul melalui wawancara dan diskusi digunakan dalam pendampingan pembuatan NIB. Metode tersebut dilakukan hingga tahap terbit sertifikat dan logo serta banner selesai didesain. Kemudian, penyerahan bukti fisik sertifikat NIB kepada pelaku UMKM dan banner untuk usaha tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi (PT) adalah salah satu dari implementasi Tridharma PT. Program ini dilaksanakan dalam berbagai bentuk misalnya; pendidikan dan pelatihan masyarakat, pelayanan masyarakat, dan kaji tindak dari Iptek yang dihasilkan oleh PT (Emilia, 2022). Pengabdian masyarakat yang dapat dilakukan oleh mahasiswa dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti memberi penyuluhan, memberi pendampingan, mengedukasi masyarakat tentang menjaga lingkungan alam, mengajar anak-anak yang kurang mampu, membuat kegiatan amal untuk disalurkan kepada masyarakat, dan masih banyak lagi. Berikut manfaat pengabdian masyarakat, yaitu; Memberi dampak positif bagi masyarakat, Memperbanyak relasi, Meningkatkan soft skill dalam berkomunikasi, Belajar hal baru dan Menumbuhkan sifat simpati dan sabar (Alvia, 2019).

Salah satu program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa/i KKN-T MBKM Kelompok 04 UPN "Veteran" Jawa Timur yaitu pendampingan pada UMKM

Tape Semen Bu Suwarti yang berlokasi di Dusun Semen RT 01 RW 06, Desa Musir Kidul, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. Pendampingan UMKM Tape Semen Bu Suwarti ini dilakukan dalam 2 tahapan. Tahapan yang pertama yaitu pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang dilaksanakan pada tanggal 22 Mei 2024. Pendampingan ini dilakukan mulai dari proses pendaftaran hingga pengurusan NIB sehingga usaha tersebut diakui legalitasnya oleh pemerintah. Dengan adanya kepemilikan NIB, diharapkan UMKM Tape Semen Bu Suwarti ini bisa mendapatkan kepercayaan yang lebih oleh konsumen, menjangkau berbagai program bantuan pemerintah, serta memperluas peluang adanya kerjasama bisnis. Selanjutnya, tahapan yang kedua yaitu pendampingan branding UMKM melalui pembuatan identitas visual yang dilaksanakan pada tanggal 30 Mei 2024. Pendampingan branding produk Tape Semen Bu Suwarti bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produk tape ini di pasaran. Branding pembuatan identitas visual yang dilakukan yaitu pembuatan desain logo dan desain banner. Tercapainya kedua tujuan ini diharapkan dapat memperkuat posisi UMKM Tape Semen Bu Suwarti di pasaran, meningkatkan volume penjualan, dan mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

NIB sangat penting bagi UMKM karena memberikan legitimasi dan perlindungan hukum. Dengan NIB, UMKM Tape Semen Bu Suwarti bisa mendapatkan akses ke berbagai program bantuan pemerintah, termasuk pembiayaan dan pelatihan. Selain itu, NIB juga membuka peluang untuk bermitra dengan perusahaan besar yang mensyaratkan legalitas usaha yang jelas. Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dilakukan melalui sistem Online Single Submission (OSS). Sebelum adanya Sistem OSS untuk pengajuan izin usaha untuk semua jenis kegiatan usaha, dilakukan secara langsung dengan mengajukan permohonan penerbitan izin usaha melalui Pemerintah Daerah dalam hal ini adalah Dinas Perizinan dan Penanaman Modal, dan instansi pemerintah daerah lainnya, misalnya Dinas. Pelaku usaha dalam mengajukan permohonan izin tersebut harus memenuhi segala persyaratan-persyaratan terlebih dahulu, baik persyaratan teknis maupun administrasi yang dibutuhkan sesuai dengan jenis perizinan yang dimintanya (Mudiparwanto dan Gunawan, 2021). Setelah adanya sistem OSS, para pemilik usaha dapat mengajukan permohonan penerbitan izin usaha secara legalitas dengan mengakses sistem OSS secara online.

Pendampingan pembuatan NIB UMKM Tape Semen Bu Suwarti dimulai dengan edukasi tentang manfaat dan prosedur pembuatan NIB. Dengan adanya NIB ini, UMKM Tape Semen Bu Suwarti dapat beroperasi secara legal dan memperoleh kepercayaan lebih dari konsumen dan mitra bisnis. Selain itu, NIB membuka akses untuk mendapatkan pembiayaan

dari lembaga keuangan dan mengikuti program-program pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM Tape Semen Bu Suwarti. Prosedur pembuatan NIB dimulai dari :

1. Registrasi pada sistem OSS

Membuat akun untuk pemilik UMKM Tape Semen Bu Suwarti melalui sistem OSS, dengan mendaftarkan email dan nomor induk kependudukan Bu Suwarti. Setelah pendaftaran selesai dilakukan, maka akan mendapatkan verifikasi pendaftaran, dan akan mendapatkan username serta password yang nantinya akan digunakan login untuk mengakses sistem OSS.

2. Verifikasi Data

Setelah berhasil login, mulai mengumpulkan informasi data usaha dari pemilik UMKM Tape Semen Bu Suwarti. Langkah selanjutnya mengisi data UMKM yang dimiliki secara lengkap dan benar. Data-data yang perlu diisi yaitu data identitas pemilik (nama lengkap, nomor identitas (KTP/SIM), alamat, dan nomor telepon pemilik usaha), data usaha (nama usaha, bentuk badan usaha (misalnya, perseorangan, CV, PT), alamat usaha, dan bidang usaha), data administrasi (informasi terkait perizinan yang diperlukan, jumlah tenaga kerja, dan modal usaha).



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 1. Pengumpulan Data UMKM Tape Semen Bu Suwarti

3. Pengajuan NIB

Setelah data UMKM terverifikasi, dapat dilanjutkan ke tahap pengajuan NIB. Mulai dari pengisian Formulir NIB, pengunggahan Dokumen Pendukung (seperti surat keterangan domisili usaha, NPWP, dan izin teknis lainnya), lalu dilanjutkan dengan Review dan Konfirmasi untuk meninjau kembali data yang telah diisi dan dokumen yang diunggah untuk memastikan semuanya lengkap dan benar sebelum mengirimkan pengajuan.

4. Penerbitan NIB

Jika semua persyaratan telah terpenuhi, NIB akan diterbitkan oleh sistem OSS dan dapat diunduh. NIB yang diunduh berbentuk dokumen elektronik yang sah digunakan sebagai identitas UMKM Tape Semen Bu Suwarti.



Sumber: <https://oss.go.id/> (2024)

Gambar 2. NIB Tape Semen Bu Suwarti

Dengan memiliki NIB ini, UMKM Tape Semen Bu Suwarti secara resmi telah diakui oleh pemerintah dan dapat menikmati berbagai keuntungan, termasuk kemudahan dalam mendapatkan izin usaha lainnya, akses pembiayaan, serta kepercayaan lebih dari konsumen dan mitra bisnis.



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 3. Penyerahan NIB Kepada Pemilik UMKM

Pendampingan Branding Identitas Visual UKM

Branding adalah proses menciptakan identitas unik dan berbeda yang bisa dikenali oleh konsumen. Branding yang kuat membantu UMKM dalam membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan daya saing, dan memperluas pasar. Pada UMKM Tape Semen Bu Suwarti, branding diperlukan untuk memperkuat citra produk tape semen yang dihasilkan. Dalam komunikasi pemasaran, salah satu fungsi branding adalah sebagai salah satu sarana untuk

menanamkan citra positif di benak konsumen, sehingga perlu dipahami oleh para pelaku UMKM, karena branding produk merupakan salah satu poin penting agar produk UMKM akan senantiasa diingat oleh masyarakat atau konsumen dalam jangka waktu (Saifulloh, 2021).

Pendampingan branding identitas visual yang dilakukan pada UKM Tape Semen Bu Suwarti yaitu dengan pendampingan pembuatan logo produk UMKM dan banner untuk tempat usaha UMKM. Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui identitas visual yang kuat dan konsisten. Pembuatan logo produk bertujuan untuk membangun citra profesional, memperkuat identitas produk, meningkatkan daya tarik, dan memastikan konsistensi brand. Logo yang dirancang dengan baik memberikan kesan profesional dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Tape Semen Bu Suwarti. Pendampingan juga melibatkan pembuatan banner untuk tempat usaha dengan tujuan meningkatkan visibilitas usaha, menyampaikan informasi produk, memperkuat citra brand, dan mendukung promosi lokal. Banner yang dipasang di tempat usaha juga berfungsi untuk menarik perhatian orang yang lewat.

5. Pendampingan Pembuatan Logo UMKM



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 4. Logo UMKM Tape Semen Bu Suwarti

Pendampingan pembuatan logo untuk UMKM Tape Semen Bu Suwarti merupakan langkah strategis untuk membangun identitas visual yang kuat dan konsisten. Desain logo yang dihasilkan mencerminkan kualitas dan keunikan produk Tape Semen Bu Suwarti. Menurut David E. Carter (1986) logo merupakan identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual, selain itu fungsi logo yaitu sebagai *trademark* identitas suatu badan usaha dan merupakan ciri khas perusahaan/ jasa. Pembuatan logo UMKM Tape Semen Bu Suwarti ini menggunakan aplikasi desain Canva. Warna dominan logo yaitu decisive yellow (#FCC350) menggambarkan keceriaan dan energi di mana penggunaan warna ini pada produk Tape Semen Bu Suwarti dapat menciptakan kesan yang menyenangkan dan menggugah selera, menarik perhatian konsumen dan membuat produk terlihat lebih menarik. Selain itu, warna ini juga menggambarkan kesegaran yang sesuai dengan karakteristik produk tape yang segar dan

manis. Warna ini dapat menekankan kualitas produk yang segar dan alami, sehingga meningkatkan daya tarik visualnya. Warna kuning juga bisa mengingatkan konsumen pada bahan dasar dari produk tape, yaitu singkong yang seringkali memiliki nuansa warna kuning setelah proses fermentasi.

Gambar yang tercantum dalam logo yaitu gambar tape dan dibaliknya terdapat gambar singkong yang diartikan bahwa produk Tape Semen Bu Suwarti ini merupakan tape yang terbuat dari bahan dasar singkong. Teks yang tercantumkan dalam logo yaitu nama UMKM "Tape Semen Bu Suwarti". Kata "Tape Semen" menggunakan font gliker yang di bold untuk menonjolkan bahwa produk ini merupakan makanan khas yang berasal dari Dusun Semen, Desa Musir Kidul. Sedangkan kata "Bu Suwarti" menggunakan font madelyn yang light memberikan kesan elegan dan halus sehingga menciptakan kontras yang menarik dengan kata yang di bold.



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 5. Pengaplikasian Logo Pada Produk Tape Semen Bu Suwarti

Logo yang dirancang dengan baik memberikan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, logo berfungsi sebagai identitas visual yang mudah dikenali dan diingat oleh konsumen, membedakan produk ini dari produk sejenis di pasar. Dengan logo yang menarik dan relevan, UMKM Tape Semen Bu Suwarti diharapkan dapat menarik perhatian konsumen baru, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat posisinya di pasar.

6. Pendampingan Pembuatan Banner



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 6. Pemasangan Banner Tempat Usaha

Menurut Darmadi Durianto (2003), banner merupakan suatu proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk membujuk banyak orang agar membeli dan menggunakan apa yang diiklankan dan menjadi sebuah promosi yang dapat meningkatkan daya beli orang-orang yang menginginkan produk tersebut. Pendampingan pembuatan banner pada tempat usaha UMKM Tape Semen Bu Suwarti merupakan langkah penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik usaha. Proses ini dimulai dengan merancang banner yang mencolok dan informatif, menggunakan elemen visual yang konsisten dengan identitas brand, seperti logo dan warna yang telah ditentukan. Banner dirancang untuk menarik perhatian orang yang lewat dan memberikan informasi yang jelas tentang produk Tape Semen Bu Suwarti. Banner yang di desain untuk UMKM Tape Semen Bu Suwarti ini berisikan nama UMKM dan lokasi usaha, serta dilengkapi dengan logo brand UMKM serta mitra yang bekerja sama dengan UMKM ini.

Tujuan utama dari pembuatan banner ini adalah untuk meningkatkan visibilitas usaha Tape Semen Bu Suwarti, sehingga lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. Banner yang dipasang di tempat strategis dapat menarik perhatian calon pelanggan, membuat mereka tertarik untuk mengunjungi tempat usaha dan mencoba produk yang ditawarkan. Pendampingan ini juga memastikan bahwa desain banner selaras dengan identitas visual keseluruhan dari UMKM, menciptakan citra profesional dan terpercaya. Dengan demikian, banner yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai elemen penting dalam membangun brand awareness dan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat oleh perguruan tinggi, seperti yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T MBKM Kelompok 04 UPN “Veteran” Jawa Timur, menunjukkan betapa pentingnya kontribusi akademis dalam mendukung dan mengembangkan UMKM. Pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan branding identitas visual telah memberikan dampak signifikan pada UMKM Tape Semen Bu Suwarti. Kepemilikan NIB tidak hanya memberikan legalitas usaha, tetapi juga membuka akses terhadap berbagai program bantuan pemerintah, pembiayaan, dan peluang kerjasama bisnis. Selain itu, pendampingan branding yang melibatkan pembuatan logo dan banner telah memperkuat identitas visual UMKM, meningkatkan daya tarik produk, dan memperluas jangkauan pasar. Program ini membuktikan bahwa dukungan perguruan tinggi melalui pengabdian masyarakat dapat secara efektif membantu UMKM tumbuh dan berkembang, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Saran

UMKM Tape Semen Bu Suwarti sebaiknya terus terbuka terhadap saran dan pendampingan yang diberikan oleh mahasiswa. Mengadopsi teknologi dan memanfaatkan media sosial untuk promosi dapat membantu meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar. Selain itu, pemilik UMKM perlu selalu memperbarui pengetahuan mereka tentang regulasi dan peluang bantuan pemerintah, seperti yang terkait dengan NIB, untuk memanfaatkan semua sumber daya yang tersedia. Membangun jaringan dengan UMKM lain dan berbagai pihak juga dapat membuka peluang kerjasama yang menguntungkan. Terakhir, penting untuk selalu menjaga kualitas produk dan pelayanan agar dapat mempertahankan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Al Farisi, F., Fasa, Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1).
- Alvia, R. (2019). 5 manfaat ini bisa kamu dapatkan dengan mengikuti pengabdian masyarakat untuk mahasiswa. Retrieved from <https://adminpublik.uma.ac.id/2022/01/31/5-manfaat-ini-bisa-kamu-dapatkan-dengan-mengikuti-pengabdian-masyarakat-untuk-mahasiswa/>
- Asnawati, SE., MM. (2021). *Kewirausahaan: Teori dan contoh-contoh rencana bisnis*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Budiarto, F. N. R., Amelia, K. S., Arindawati, S., Mawardhany, S. K., Belangi, H. A. P., Mas'Udah, K. W., & Wuryandari, Y. (2022). Pendampingan pembuatan nomor induk berusaha (NIB) dalam rangka pengembangan UMKM Desa Ngampungan. *Karya Unggul: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 116-124.
- Emilia, H. (2022). Bentuk dan sifat pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan oleh perguruan tinggi. *PKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 122-130.
- Enisari, N. K. A., Santoso, S., & Wahyuni, M. S. I. (2021). Analisis keberadaan branding dalam menunjang digital marketing pada usaha MINA Giri. *MSDJ: Management Sustainable Development Journal*, 3(2), 70-80.
- Hananto, B. A. (2019). Identitas visual digital brand dalam sosial media. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur*, 57.
- Hendrajati, A. (2016). Pengaruh brand identity terhadap brand loyalty melalui brand image, dan brand trust Yamaha. Universitas Negeri Yogyakarta: Skripsi. Retrieved from https://eprints.uny.ac.id/38896/1/AdityaHendrajati_12808144007.pdf

- Komalasari, H., Rosikhu, M., Putri, D. A., Nalurita, I., Maharani, A. E. S. H., & Cahyadi, I. (2023). Pendampingan pembuatan NIB untuk kelegalitasan usaha UMK Syahrini Snack di Lombok Tengah melalui OSS. *JILPI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Dan Inovasi*, 1(3), 357-362.
- Mahfirah, T. F., Haura, T., & Putri, C. A. (2023). Pelatihan product branding sebagai optimalisasi strategi pemasaran bagi UMKM. *Sarwahita*, 20(02), 131-141. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.202.2>
- Mudiparwanto, W. A., & Gunawan, A. (2021). Peran pemerintah daerah istimewa Yogyakarta dalam pemberian izin usaha setelah berlakunya sistem online single submission (OSS). *Diversi Jurnal Hukum*, 7(1), 106-128.
- Mulia. (2019). Visual branding isu politik dalam akun Instagram Mojok.co. Universitas Islam Negeri Yogyakarta. Retrieved from http://digilib.uin-suka.ac.id/40470/1/15730001_BAB-I_IV_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf
- Oscario, A. (2013). Pentingnya peran logo dalam membangun brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.
- Putra, R. W. (2019). Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Saifulloh, M. (2021). Branding product pelaku usaha mikro kecil menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 28-33.
- Sasmito, D., & Febriani. (2021). Perancangan konsep visual branding untuk Dessea Fit. Universitas Kristen Petra. Retrieved from <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/11257/9963>
- Soejono, F., Bendi, R. K. J., Efila, M. R., Anthony, S., Angeliana, W., Katolik, U., Charitas, M., Industri, T., Katolik, U., Charitas, M., Musi, U. K., & Musi, U. K. (2020). Pendampingan usaha: Penggunaan one single submission. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 103-108.
- Sunata, M., Adityawan, A., & Sunarko, C. F. (2020). Perancangan ulang identitas visual sebuah produk cemilan UMKM. *Rupaka*, 4(1), 64-72.
- Suprihati, S., Prastiwi, I. E., Pravasanti, Y. A., Jumarni, J., Ma'ruf, I. A., & Farkhan, S. A. (2023). Pelatihan pembuatan nomor induk berusaha (NIB) bagi UMKM seluruh Indonesia. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 1-6.
- Thabroni, G. (2019, August 27). Desain komunikasi visual (DKV): Penjelasan lengkap. Retrieved from <https://serupa.id/desain-komunikasi-visual-dkv-penjelasan-lengkap/> (Diakses pada 7 Maret 2021)
- Wheeler, A. (2013). *Designing brand identity*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.