

PENDAMPINGAN PEMBUATAN NIB dan LOGO KEMASAN SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI PENGEMBANGAN UMKM

Nourma Ulva K. D^{1*}, M. Fathur Rizki², Siti Ulfa Nuraini³

Universitas Panca Marga, Probolinggo

¹Nourmaulva@gmail.com

²stevenvyet@gmail.com²

³sitiulfanuraini@gmail.com³

Received: 28-10- 2023

Revised: 29-10-2023

Approved: 29-10-2023

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat didukung perkembangan zaman sehingga produk UMKM dapat diakses secara luas. Salah satu aspek yang sangat penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah adanya legalitas usaha. NIB merupakan nomor identitas berusaha yang digunakan oleh pelaku usaha untuk mendapatkan izin usaha dan izin komersial atau operasional. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan terhadap masyarakat-masyarakat khususnya pelaku UMKM yang ada di Desa Mranggon Lawang, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo ini dilakukan untuk membantu UMKM dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha dan branding produk berupa logo kemasan agar bisa berkembang. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah melalui survei, sosialisasi, dan pendampingan langsung kepada pemilik UMKM. Sosialisasi dan pendampingan dilakukan kepada UMKM di Desa Mranggon Lawang, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Desa Mranggon mampu memahami dan memanfaatkan media digital untuk memasarkan produknya dan pemilik UMKM juga terbantu dalam mendesain logo sebagai bentuk peningkatan visual branding produk.

Kata Kunci : UMKM, NIB, Logo Kemasan

PENDAHULUAN

Di era perkembangan teknologi pada saat ini mengubah pola aktivitas masyarakat. Mayoritas masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-harinya menggunakan internet seperti media sosial maupun *e-commerce* (Meidiyustiani et al., 2023). Perubahan aktivitas tersebut dikarenakan masyarakat menerima adanya perkembangan teknologi dan informasi yang begitu cepat menyebar di masyarakat. Berdasarkan data hasil Survei Susenas 2022, 66,48 persen penduduk Indonesia telah mengakses internet di tahun 2022 dan 62,10 persen di tahun 2021. Angka tersebut menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya semakin meningkat. Perkembangan internet ini juga sudah menyentuh sektor perekonomian masyarakat Indonesia salah satunya bagi pelaku UMKM. Perkembangan teknologi membawa kemudahan bagi para pedagang UMKM untuk

menjangkau pemasaran sampai ke daerah-daerah tertentu baik aktivitas perdagangan barang dan/atau jasa. Sehingga dengan kemajuan teknologi dan juga berkembangnya UMKM, maka secara tidak langsung dapat memajukan desa-desa yang ada di Mranggon Lawang dan juga dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat untuk membantu perekonomian.

Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai Usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, diharapkan UMKM menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian nasional. Industri UMKM di tanah air saat ini meghadapi situasi yang demikian sulit ditengah perubahan lingkungan bisnis yang kompleks, persaingan pasar semakin ketat dengan derasnya arus perdagangan bebas yang memberikan dampak persaingan pasar bukan hanya tadang dari pasar domestik tapi juga regional, maupun global (I. Setiawati, 2017).

Di Indonesia, UMKM memiliki peranan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi dan juga berperan penting dalam mengatasi angka pengangguran dan kemiskinan dalam negara, karena dengan adanya usaha mikro dapat menjadi sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan bagi masyarakat. Namun, salah satu aspek penting dalam pengembangan UMKM adalah adanya legalitas usaha. Legalitas usaha melalui perijinan sangat penting bagi UMKM. Hal tersebut dapat mempermudah pelaku usaha dalam mengakses permodalan untuk mengembangkan usahanya lebih besar dan dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya (Diah Khairiah, Hiltia Feni Fitria, 2023) . Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) sangat perlu mendapat perlindungan khusus dalam menghadapi pasar bebas. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 Pasal 25 ayat (1) yang menyatakan bahwa NIB atau Nomor Induk Berusaha merupakan nomor identitas berusaha yang digunakan oleh pelaku usaha untuk mendapatkan izin usaha dan ijin komersial atau operasional. Adanya perijinan resmi yang dikeluarkan pemerintah sangat diperlukan suatu UMKM agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik karena usahanya telah memiliki legalitas yang jelas.

Desa Mranggon Lawang, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo merupakan salah satu desa yang mempunyai usaha jenis UMKM, berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh mahasiswa, dimana di desa Mranggon Lawang memiliki masalah yaitu kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar sehingga produk UMKM yang ada di desa tersebut masih belum bisa berkembang dan hanya dikenali oleh masyarkat sekitar. Hal tersebut dikarenakan pemasaran yang masih dilakukan dengan menjual produk secara konvensional. Kemudian, rendahnya tingkat kepemilikan perijinan usaha serta terbatasnya infomasi tentang tata cara pengurusan legalitas usaha. Tidak hanya dalam bidang pemasaran dan legalitas usaha beberapa UMKM di Desa Mranggon Lawang masih belum memaksimalkan branding produk dan logo, yang mana branding produk sangatlah penting untuk membangun identitas produk agar lebih menarik dan mampu bersaing di pasar.

Beberapa permasalahan UMKM di Desa Mranggon Lawang, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo mendorong kami Mahasiswa Universitas Panca Marga dalam KKN tahun 2023 untuk membantu pelaku UMKM dalam memahami

manajemen usaha yang baik serta strategi pengembangan melalui pembuatan NIB dan logo kemasan yang tepat melalui sosialisasi kepada masyarakat.

METODE KEGIATAN

Pengabdian ini dilakukan dengan melakukan pendekatan melalui sosialisasi. Penelitian dilakukan selama kegiatan KKN berlangsung yaitu berlokasi di Desa Mranggon Lawang, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo. Sebelum kegiatan sosialisasi pengembangan UMKM dilaksanakan, mahasiswa melakukan survei dan pengumpulan data terlebih dahulu melalui wawancara kepada perangkat desa serta melalui para pemilik UMKM. Berdasarkan hasil wawancara tersebut didapatkan informasi bahwa mayoritas UMKM memiliki permasalahan terutama pada bidang pemasaran, serta salah satu UMKM belum memiliki legalitas usaha dan terkendala terkait desain produk. Kurangnya kemampuan para penggiat UMKM dalam memasarkan produknya telah menjadi masalah selama bertahun-tahun, hal ini dikarenakan tingkat kesulitan aksesibilitas lokasi cukup sulit serta kurangnya pengetahuan UMKM terkait pemanfaatan marketplace untuk memasarkan produk UMKM.

Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan sasaran para UMKM dan beberapa masyarakat di Desa Mranggon dengan pemaparan materi terkait bagaimana pelaku usaha selaku pemilik UMKM mengenai Nomor Induk Berusaha (NIB) itu sendiri serta menawarkan untuk dibantu dalam proses pendaftaran melalui website online bagi UMKM yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk mendaftarkan produk yang dihasilkan. Selain itu, kegiatan sosialisasi ini juga menjelaskan terkait bagaimana cara membuat logo kemasan yang menarik dengan memanfaatkan aplikasi yang ada di internet. Kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk para pelaku UMKM terutama dalam memperoleh perlindungan secara hukum dan memaksimalkan branding produk dengan cara membuat logo kemasan yang menarik agar mampu bersaing dipasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi Nomor Induk Berusaha (NIB) Kepada Pelaku UMKM dan Masyarakat

Salah satu potensi yang ada di Desa Mranggon Lawang, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo yakni keberadaan UMKM yang mampu menggerakkan ekonomi masyarakat sekitar dan menghidupkan usaha usaha lokal pendukung lainnya. Hadirnya UMKM menjadi salah satu solusi yang mampu menyelesaikan ketimpangan antar desa dan kota serta menggerakkan ekonomi khususnya Desa Mranggon Lawang.

Pengembangan UMKM melalui sosialisasi izin usaha yang dilakukan di desa tersebut dengan mendampingi UMKM dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Pendampingan izin usaha dilakukan dengan berfokus kepada UMKM yang belum memiliki izin usaha. Pembuatan NIB dilakukan secara *digital* melalui web yang sudah tersedia.



Gambar.1 Sosialisasi Nomor Induk Berusaha (NIB)



Gambar.2 Sosialisasi Nomor Induk Berusaha (NIB)

Salah satu tujuan dari upaya penerbitan NIB adalah untuk mampu memberikan kemudahan pemilik usaha dalam memperoleh bantuan permodalan baik berupa bantuan alat pendukung atau penunjang, uang permodalan, dan dana pengembangan usaha. Kegiatan ini juga mendukung pendataan UMKM yang sudah ada untuk memudahkan penyaluran bantuan program pemerintah.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Integrasi Secara Elektronik. Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Pelaku Usaha atau UMKM sangatlah penting, karena dapat difungsikan sebagai pengesahan sebuah usaha oleh Pemerintah, izin edar dan tolak ukur kredibilitas suatu produk. Produk yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) akan lebih mudah dipasarkan dan mudah mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Selain itu, NIB dapat digunakan sebagai tanda pengenal bagi UMKM, baik perseorangan maupun non perseorangan. Pemilik usaha yang telah memiliki NIB dapat mengajukan izin usaha dan izin komersial atau operasional.

Hasil dari kegiatan sosialisasi pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan dan keterampilan pada warga Desa Mranggon terutama Pelaku Usaha terhadap pentingnya Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam meningkatkan ketahanan ekonomi juga pengembangan usaha yang lebih cepat dan aman dalam legalitas usahanya.

2. Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi Logo Kemasan Kepada Pelaku UMKM dan Masyarakat

Kegiatan selanjutnya adalah sosialisasi terkait logo kemasan merupakan kegiatan sosialisasi yang dilakukan sebagai salah satu proses untuk membangun usaha untuk memberikan nilai tambah pada kegunaan inti dari suatu produk agar mampu membentuk keunikan dan membedakan suatu produk dari pesaing yang mana dalam membangun brand diperlukan suatu identitas visual. Identitas visual suatu brand dapat dilihat dari suatu logo yang secara langsung menjadi suatu ciri khas suatu brand (Listya & Rukiah, 2018).

Merk yang ditampilkan melalui suatu logo dapat mencerminkan image khas suatu produk yang menjadi pembeda dengan produk lain sehingga dapat mempengaruhi proses pemilihan produk atau jasa serta membuat produk memiliki nilai bagi konsumen dan penjual. Logo yang menjadi label suatu produk menjadi suatu penanda untuk produk tersebut sekaligus menjadi pembeda dengan beberapa produk lainnya (S. D. Setiawati et al., 2019)

Salah satu UMKM yang terdapat di Desa Mranggon dibantu melakukan branding produk dengan mendesain ulang logo produk. Hasil dari kegiatan sosialisasi ini diharapkan mampu mengembangkan produk UMKM memiliki ciri khas dan meningkatkan daya tarik konsumen dengan desain produk yang ditampilkan. Sehingga produk UMKM yang ada di Desa Mranggon memiliki keunikan tersendiri serta mampu bersaing di pasaran yang serba modern ini. Berikut adalah dokumentasi kegiatan sosialisasi terkait logo kemasan bagi pelaku UMKM dan masyarakat yang ada di desa (Gambar 3).



Gambar 3. Sosialisasi Logo Kemasan

KESIMPULAN

Sosialisasi Pembuatan NIB kepada para UMKM ini penting karena saat ini masyarakat sedang dalam transisi, kebangkitan ekonomi dan perkembangan internet yang begitu cepat. Sehingga sosialisasi tentang pembuatan NIB dan Logo Kemasan di rasa perlu agar program yang dijalankan selama masa KKN dapat membantu para pelaku UMKM mengembangkan usahanya menjadi lebih baik. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan bertujuan untuk para pelaku UMKM terutama dalam memperoleh perlindungan secara Hukum. Selain itu, manfaat dari NIB dan Logo Kemasan yang menarik bagi UMKM di antaranya untuk mendapatkan pendampingan usaha dari Pemerintah, memperoleh akses permodalan, memiliki izin usaha, dan mendapat kepastian serta perlindungan usaha. Selain itu, logo kemasan produk yang menarik dan unik juga dapat menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk. Kegiatan sosialisasi pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan logo kemasan yang dilakukan oleh mahasiswa di Desa Mranggon Lawang, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo dilakukan memberikan penjelasan sedikit mengenai NIB dan pentingnya memiliki NIB dan logo kemasan. Di Desa Mranggon Lawang telah dilakukan sosialisasi terkait NIB dan Logo Kemasan untuk branding produk UMKM yang ada di desa tersebut, harapan dari adanya kegiatan ini adalah untuk membantu pelaku UMKM masyarakat yang ada

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat , (2022). Pengguna Internet Tahun 2022. Badan Pusat Statistik
- Diah Khairiah, Hiltia Feni Fitria, I. F. (2023). Sosialisasi Pembukuan Sederhana Dan Strategil. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(2), 61–67.
- Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). Visual Branding Produk Belimbing Olahan Umkm Depok Melalui Desain Logo. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 199.
<https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1548>
- Meidiyustiani, R., Oktaviani, R. F., Niazi, H. A., & Iswati, H. (2023). *Memperluas Jangkauan Pasar Menggunakan E-Commerce*. 1(5), 480–485.
- Setiawati, I. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20, 1–5.
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).