

## PERAN NIB DAN BRANDING MARKETING DALAM MENINGKATKAN POTENSI UMKM MINUMAN TRADISONAL DI DESA KEMUNING SIDOARJO

Ika Widya Ardhyani<sup>1)</sup>, Mohammad Ilham Awalus Syahidin<sup>2)</sup>, Lena<sup>3)</sup>, Berlian Putri Ayu Kusumaningrum<sup>4)</sup>,  
Nuril Arifah<sup>5)</sup>, Fadhilah Kurniawan<sup>6)</sup>  
<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Universitas Maarif Hasyim Latif  
<sup>1</sup>email: [ika\\_widya@dosen.umaha.ac.id](mailto:ika_widya@dosen.umaha.ac.id),  
<sup>2</sup>email: [mohammad\\_ilham\\_awalus\\_syahidin@student.umaha.ac.id](mailto:mohammad_ilham_awalus_syahidin@student.umaha.ac.id),  
<sup>3</sup>email: [lena@student.umaha.ac.id](mailto:lena@student.umaha.ac.id)

### Abstrak

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan program pengabdian masyarakat yang dilakukan mahasiswa dikarenakan program wajib dalam Tri Dharna Perguruan Tinggi. KKN yang dilakukan di Desa Kemuning, Sidoarjo mempunyai program kerja utama yaitu pembuatan branding marketing dan Nomor Induk Berusaha (NIB). Program kerja tersebut berdasarkan observasi dan wawancara di lingkungan yang sudah ada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu produksi minuman tradisional. Tujuan dari pembuatana NIB dan branding marketing yaitu sebagai alat penting bagi pelaku usaha untuk mendapatkan legalitas yang sah, serta akses ke berbagai program bantuan pemerintah dan peluang pembiayaan. Metode pelaksanaannya yaitu observasi lapangan, wawancara, kunjungan ke tempat UMKM, mengikuti proses produksi, mendesain logo dan sticker, membuat laporan keuangan dan membuat NIB. Program kerja tersebut menghasilkan NIB dan logo minuman tradisional milik Ibu Watini.

**Kata Kunci:** Branding, NIB

### Abstract

*Real Work Lectures (KKN) is a community service program carried out by students because it is a mandatory program in the Tri Dharna of Higher Education. The KKN carried out in Kemuning Village, Sidoarjo has a main work program, namely creating marketing branding and Business Identification Numbers (NIB). The work program is based on observations and interviews in an existing Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) environment, namely the production of traditional drinks. The purpose of creating an NIB and branding marketing is as an important tool for business actors to obtain legality, as well as access to various government assistance programs and financing opportunities. The implementation methods are field observations, interviews, visits to MSME locations, following the production process, designing logos and stickers, making financial reports and creating NIB. This work program produced NIB and Mrs. Watini's traditional drink logo.*

**Keywords:** Branding, NIB

### 1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah program pengabdian masyarakat yang biasanya dilakukan oleh mahasiswa sebagai bagian dari kurikulum di perguruan tinggi di Indonesia. Program ini merupakan salah satu bentuk pelaksanaan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, di mana mahasiswa berkesempatan untuk menambah wawasan,

memahami kebutuhan, serta potensi masyarakat setempat. Hal ini memungkinkan mahasiswa untuk merancang program kerja yang relevan, berkelanjutan, tepat sasaran, dan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat.

Menurut Arikunto (2012), “KKN adalah implementasi dari pendidikan yang

berbasis pengabdian masyarakat dan penting untuk proses pembelajaran yang kontekstual serta aplikatif.” Menurut Marlina (2011), “KKN sebagai bentuk nyata dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang meliputi pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat, serta sebagai sarana untuk membangun hubungan harmonis antara perguruan tinggi dan masyarakat.” Dalam pelaksanaan KKN, mahasiswa berperan sebagai perencana dan penyelenggara seluruh kegiatan. Mereka dituntut untuk mengidentifikasi permasalahan serta potensi yang ada di Dusun Buntut Ingas, Desa Kemuning, Kecamatan Tarik. Dengan keahlian yang dimiliki, mahasiswa diharapkan mampu menyusun program kerja yang menawarkan solusi bagi setiap permasalahan sesuai dengan bidang keahlian mereka.

Dusun Buntut Ingas, yang terdiri dari 4 RT dan 1 RW, yaitu RW 003, RT 11, RT 12, RT 13, dan RT 14, mayoritas penduduknya beragama Islam dan memiliki tata krama yang baik. Sebagian besar penduduknya bekerja di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dengan usaha utama berupa produksi minuman tradisional dan pentol. Setelah memahami situasi dan kondisi UMKM di Dusun Buntut Ingas, Tim KKN-T 04 memutuskan untuk menjalin kerja sama dengan Ibu Wartini, seorang penjual minuman tradisional, guna membantu mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi usahanya.

Minuman tradisional adalah minuman herbal khas Indonesia yang terbuat dari bahan alami seperti tanaman obat, rempah, akar, dedaunan dan bunga. Minuman tradisional ini digunakan sebagai obat alami untuk menjaga kesehatan, menyembuhkan penyakit ringan, dan meningkatkan kebugaran tubuh. Sebagai warisan budaya yang telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat Indonesia selama berabad-abad, minuman tradisional masih populer hingga saat ini. Jenis minuman tradisional yang sering diperjual belikan antara lain adalah minuman tradisional kunyit asam, beras kencur, temulawak, sinom,

suruh, dan galian singset, yang setiap minuman tradisional memiliki manfaat berbeda seperti meningkatkan daya tahan tubuh, memperlancar pencernaan, atau menjaga kebugaran. Proses pembuatannya sederhana, seperti menumbuk, merebus, atau merendam bahan alami, kemudian menyaring dan meminum hasilnya.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) minuman tradisional milik Ibu Wartini berdiri sejak tahun 1994, dan telah berjalan selama 30 tahun. Usaha ini berlokasi di RT 13 RW 03, Dusun Buntut Ingas, Desa Kemuning, Kecamatan Tarik. Ibu Wartini adalah warga Dusun Buntut Ingas yang kesehariannya menjual minuman tradisional secara keliling menggunakan rombongan di sepeda motornya. Ide awal pendirian usaha ini berasal dari resep minuman tradisional yang didapat dari Solo, sementara saat itu di Dusun Buntut Ingas belum ada usaha minuman tradisional. Selain itu, Ibu Wartini juga ingin melestarikan minuman khas Indonesia yang telah dianggap dan dipercaya sebagai obat alternatif alami. Namun, dalam perjalanannya, usaha ini masih memerlukan peningkatan dari segi *branding*, pemasaran, dan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) agar lebih kompetitif di pasar yang lebih luas, serta untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan mitra bisnis. Berdasarkan kondisi tersebut, kelompok KKN 04 Dusun Buntut Ingas berkolaborasi dengan Ibu Wartini untuk melakukan *branding product* dan proses pendaftaran NIB. Langkah ini diharapkan dapat memberikan identitas usaha yang lebih jelas, membangun kepercayaan pelanggan terhadap UMKM Minuman Tradisional Ibu Wartini, serta menarik lebih banyak pelanggan.

Menurut Suryanto, E (2021), “NIB adalah nomor pendaftaran yang diberikan kepada pelaku usaha sebagai identifikasi unik, yang berfungsi untuk mempermudah proses administrasi dan perizinan usaha melalui sistem *Online Single Submission* (OSS).” Hendrianto, T (2020), “NIB adalah identitas resmi bagi setiap pelaku usaha yang

diterbitkan oleh sistem OSS, yang mengintegrasikan berbagai izin usaha menjadi satu nomor untuk menyederhanakan proses dan mempermudah pengawasan serta pelayanan.” NIB secara umum mempunyai peranan penting dalam mempermudah dan menyederhanakan proses administrasi usaha, meningkatkan efisiensi, dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku, hal ini dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka dengan lebih mudah dan teratur.

*Branding marketing* diperlukan pelaku usaha sebagai dasar untuk membangun dan mengelola identitas dan reputasi usaha, karena memiliki dampak signifikan pada bagaimana perusahaan dipersepsikan oleh konsumen, mitra bisnis, dan karyawan. Dengan branding yang efektif, perusahaan dapat mencapai tujuan bisnis, menciptakan nilai, dan membangun hubungan yang kuat dengan berbagai pemangku kepentingan. Menurut Kotler, P., & Keller, K. L. (2016), “*Branding* sebagai nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semua itu, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan membedakannya dari barang atau jasa pesaing.” Menurut Lemoine, J. M. (2019), “*Branding marketing* adalah proses strategis untuk menciptakan nilai merek yang konsisten dan autentik, yang mempengaruhi persepsi konsumen dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.”

## 2. METODE

Kegiatan KKN kelompok 4 Universitas Maarif Hasyim Latif dimulai pada tanggal 01 Agustus 2024 sampai dengan 31 Agustus 2024 di dusun Buntut Ingas, Desa Kemuning, Kecamatan Tarik, Kabupaten Sidoarjo. Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) berkoordinasi dengan mahasiswa sebelum kegiatan KKN dilakukan dengan tujuan untuk menentukan program kerja setelah dilakukan observasi di dusun Buntut Ingas tersebut.

Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam program kerja ini adalah dengan melakukan observasi lapangan, wawancara, kunjungan ke tempat UMKM, mengikuti proses produksi, mendesain logo dan sticker, membuat laporan keuangan dan membuat NIB.

Tahapan langkah dalam metode pelaksanaannya yaitu :

1. Wawancara dengan Ibu Watini selaku pemilik UMKM minuman tradisional untuk mengetahui permasalahan yang selama ini dihadapi dalam menjalankan usahanya.



Gambar 1. Wawancara dengan Ibu Watini (Pemilik UMKM Minuman Tradisional).

2. Mengikuti proses pembuatan minuman tradisional supaya mengetahui pemakaian bahan serta proses pembuatan minuman tradisional tersebut.



Gambar 2. Proses Pembuatan Minuman Tradisional

3. Mendesain logo minuman tradisional

dengan nama Ibu Watini.

4. Membuat laporan keuangan.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah melakukan wawancara dan observasi lapangan di UMKM minuman tradisional, mahasiswa lebih mengetahui kendala pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Permasalahan tersebut meliputi tidak adanya NIB, *product branding* serta laporan keuangan, untuk menyelesaikan permasalahan UMKM dari Ibu Watini, adapun langkah penyelesaiannya sebagai berikut ini :

**1. Implementasi *Branding* pada UMKM Minuman Tradisional Ibu Watini**

Hasil observasi kelompok KKN-T 04 Dusun Buntut Ingas pada pemilik UMKM minuman tradisional milik Ibu Watini yang belum memiliki identitas usaha atau *product branding*, maka kelompok KKN-T 04 Dusun Buntut Ingas berinisiatif untuk membuat identitas usaha yaitu pembuatan *branding* dan logo minuman tradisional Ibu Watini yang merepresentasikan identitas UMKM minuman tradisional Ibu Watini. Logo ini kemudian diaplikasikan pada stiker untuk rombongan (gerobak) dan botol kemasan minuman tradisional, dengan adanya logo ini produk minuman tradisional Ibu Watini menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas, sehingga meningkatkan daya tarik visual dan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.



Gambar 3. Desain Logo Minuman Tradisional Ibu Watini



Gambar 4. Desain Sticker Rombongan Ibu Watini



Gambar 5. Desain Botol Kemasan Minuman Tradisional

**2. Hasil Peningkatan Kemasan dan Keuangan**

Kelompok KKN-T 04 Dusun Buntut Ingas juga melakukan perbaikan pada aspek kemasan produk minuman tradisional, dengan menghibahkan botol yang lebih higienis dan dapat digunakan ulang. Penggantian botol bekas dengan kemasan baru ini juga dapat membantu dalam memperbaiki citra produk di mata konsumen, yang sebelumnya kurang tertarik karena faktor kemasan. Penggantian botol tersebut, tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kebersihan produk, tetapi juga mendukung upaya pelestarian lingkungan dengan mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Kelompok KKN-T 04 Dusun Buntut Ingas juga membantu dalam penyusunan laporan keuangan sederhana

untuk UMKM Ibu Watini, melalui pembukuan yang terstruktur, dengan adanya laporan keuangan tersebut Ibu Watini dapat memantau aliran kas dan keuntungan usaha dengan lebih baik, sehingga dapat mengambil keputusan di dalam bisnis UMKM tersebut lebih tepat.

### 3. Sosialisasi *Branding* dan Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk UMKM

Kelompok KKN-T juga berhasil mendaftarkan UMKM Ibu Watini melalui portal OSS (*Online Single Submission*) dan memperoleh NIB. Program kerja "Sosialisasi *Branding* dan Pendaftaran NIB untuk UMKM Dusun Buntut Ingas" merupakan inisiatif strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pemilik usaha mikro terhadap pentingnya *branding* dan legalitas usaha. Kelompok KKN-T 04 UMAHA memulai program ini dengan mengadakan sosialisasi kepada warga sekitar untuk menjelaskan manfaat *branding* dalam memperkuat identitas usaha dan daya saing di pasar. Sosialisasi ini mencakup teknik dasar *branding*, seperti pembuatan logo, kemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang efektif, selanjutnya tim KKN memberikan panduan praktis kepada para pelaku UMKM tentang cara mendaftarkan NIB melalui platform OSS. Tim juga membantu dalam pengisian formulir, penyusunan dokumen, hingga proses verifikasi di situs OSS.

Proses pendaftaran NIB melalui *user ID* dalam situs [www.oss.go.id](http://www.oss.go.id) setelah itu pelaku usaha diminta untuk memasukkan nomor telepon yang terdaftar di *WhatsApp* kemudian memasukkan email dan memilih jenis usaha

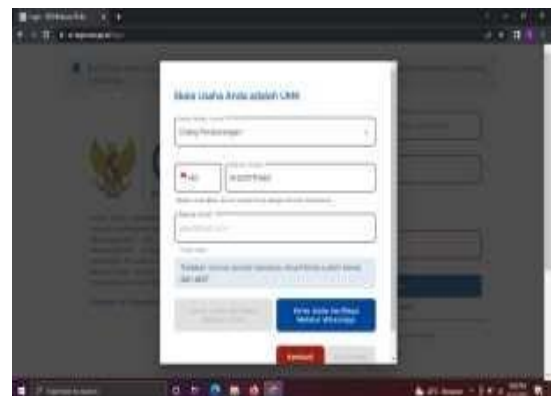
perorangan atau kelompok. Berikut ini adalah langkah mendaftar NIB melalui *website* [www.oss.go.id](http://www.oss.go.id) :

Cara mendaftar NIB melalui *website* OSS :  
**Langkah 1** Log-in ke *website* OSS, pilih daftar di bagian pojok kanan.



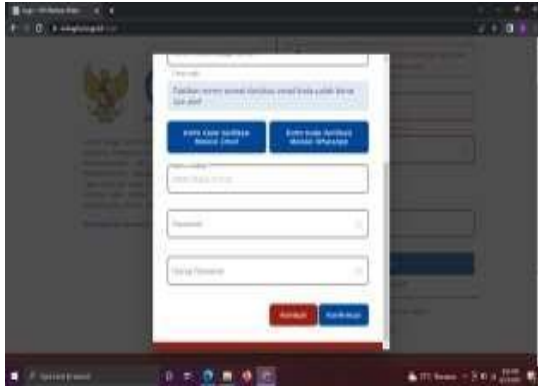
Gambar 6. Layar Depan Website

**Langkah 2** Masukkan jenis usaha (perorangan atau kelompok) serta nomor telepon yang aktif hingga mendapatkan kode verifikasi yang bisa dipilih melalui *whatsapp* maupun email yang didaftarkan.



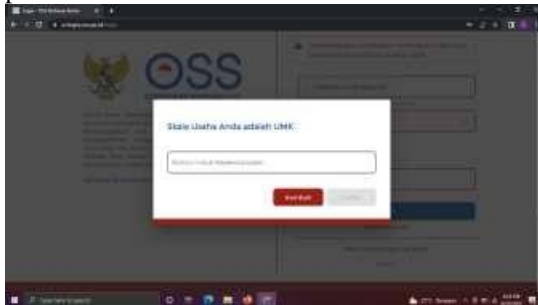
Gambar 7. Pengisian Jenis Usahan dan Pengisian Nomor Telepon

**Langkah 3** Masukkan nama lengkap sesuai KTP, *Password* yang sesuai dengan yang diinginkan pendaftar (terdiri dari huruf besar, huruf kecil, angka, dan simbol), kemudian tekan konfirmasi.



Gambar 8. Pengisian Nama, No KTP dan Password

**Langkah 4** Masukkan Nomor Induk Kependudukan (NIK) sesuai dengan KTP pendaftar.



Gambar 9. Pengisian NIK

**Langkah 5** Mengisi data diri mulai dari jenis kelamin hingga alamat lengkap sesuai dengan KTP (jika tidak sesuai dengan KTP, maka data tidak bisa di *input* atau dilanjutkan ke tahap berikutnya).



Gambar 10. Pengisian Identitas

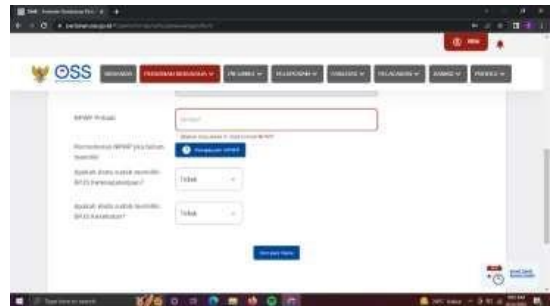
**Langkah 6** Setelah mengisi data dan

terverifikasi, maka akan di alihkan ke halaman awal dan kembali log-in dengan memasukkan nomor hp atau e-mail yang didaftarkan serta *password* yang sudah didaftarkan. Ketik *captcha* sesuai tampilan website.



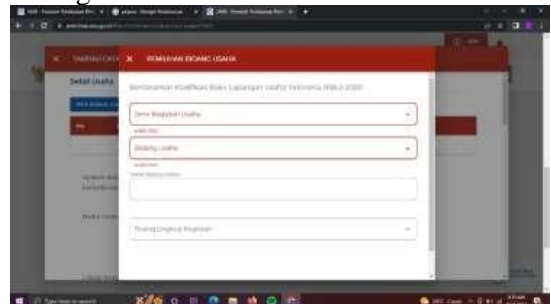
Gambar 11. Layar Utama Untuk Log-In

**Langkah 7** Pengisian data NPWP hingga BPJS jika ada.



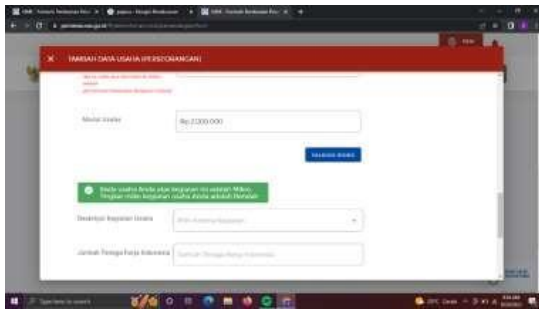
Gambar 12. Pengisian NPWP dan BPJS

**Langkah 8** Memasukkan jenis usaha dengan kode yang sesuai pada Klasifikasi Buku Lapangan Usaha Indonesia (KBUI) 2020, serta keterangan bidang deskripsi bidang usaha.



Gambar 13. Pengisian Jenis Usaha

**Langkah 9** Memasukkan jumlah modal awal usaha. Dilanjutkan dengan validasi risiko.

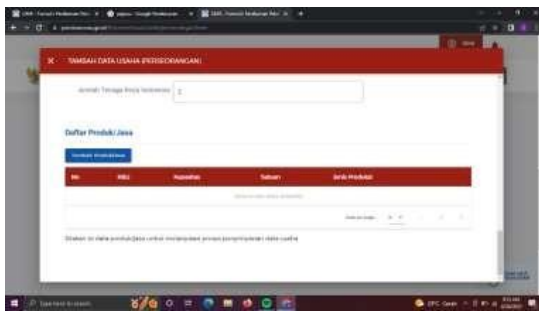


Gambar 14. Pengisian Jumlah Modal Awal Dan Validasi Risiko



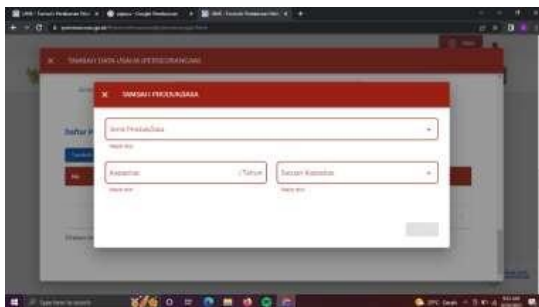
Gambar 17. Deskripsi Nama Usaha, Alamat Dan Pendaftar NIB

**Langkah 10** Memasukkan jumlah tenaga kerja yang beroperasi pada usaha tersebut.



Gambar 15. Pengisian Jumlah Tenaga Kerja

**Langkah 11** Mengisi data usaha seperti jenis produk/jasa beserta kapasitas yang dihasilkan selama setahun, untuk ukuran kapasitas bisa diubah menjadi hasil laba per tahun ataupun hasil produksi per tahun.



Gambar 16. Pengisian Data Usaha

**Langkah 12** Dalam *website* akan muncul deskripsi nama usaha beserta alamat serta data diri pendaftar NIB.

**Langkah 13** Mengisi pernyataan mandiri tentang keselamatan kerja. Namun, tidak semua jenis usaha harus mengisi data ini. Pada tahap ini, jenis usaha yang bersangkutan dengan keselamatan kerja seperti contoh produksi pembuatan kerupuk akan dilampirkan pernyataan mandiri tentang keselamatan kerja dalam pembuatan kerupuk.



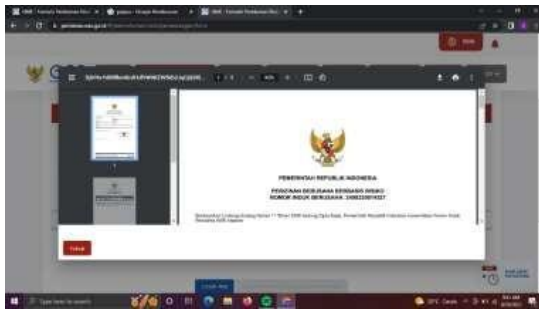
Gambar 18. Pernyataan Mandiri Tentang Keselamatan Kerja

**Langkah 14** Di tampilan *website* akan menunjukkan deskripsi usaha secara detail.



Gambar 19. Deskripsi Usaha

**Langkah 15** Sertifikat Nomor Izin Berusaha sudah siap untuk di *download*.



Gambar 20. NIB Sudah Bisa di Download

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan kegiatan KKN dari Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo yang dilakukan di dusun Buntut Ingas, Desa Kemuning, Kecamatan Tarik, Kabupaten Sidoarjo. Kegiatan KKN ini dapat disimpulkan jika program kerja yang dibuat dapat memberikan pemahaman UMKM mengenai pentingnya NIB serta *product banding* dalam menjalankan usahanya supaya UMKM tersebut lebih kompetitif di pasar luas dan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan mitra bisnis dengan menunjukkan bahwa usaha tersebut telah terdaftar dan diakui oleh pemerintah, selain itu juga mengetahui peran pentingnya laporan keuangan dalam usaha supaya menjadi bahan pertimbangan atau keputusan dalam memajukan usahanya.

#### 5. REFERENSI

- Adriani, C. (2022). Pemberdayaan UMKM dengan Pendaftaran Nomor Induk Berusaha Melalui OSS di Kelurahan Krembangan Selatan Surabaya. *Engagement: Abdimas Patikala: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol 2 No 1. 406-413.
- Arikunto, S. (2012). *Pengembangan Kegiatan Kuliah Kerja Nyata dalam Konteks Pengabdian Masyarakat*. Penerbit : Rineka Cipta.
- Daniar Delicia, Maulid, Melati.(2023). “Bersinergi Bersama Warga Karangpuri Guna Mengelola Dan Mengembangkan Potensi Masyarakat Dan Desa Berlandaskan Kekuatan Manajemen Usaha UMKM Angsle Dan Ronde”. *Engagement: Jurnal Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Teknologi Hasil Pertanian*, Vol 3, 23 Desember 2023, 39-42.
- Hendrianto, T. (2020). *Manajemen perizinan dan implementasi OSS*. Penerbit Karya Mandiri.
- Karsono, Purwanto, dan ABDUL Matin Bin Salim (2021). “Strategi Branding dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri”. *Engagement: JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 7 No. 2. 1-12.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laksmi Diana, Izzatira Akhbari, Ariqotul Fadhilah, dan Hammada Hidayatullah (2022). “Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Untuk Kesadaran Legalitas Usaha Bagi UMKM Kelurahan Dukuh Sutorejo”. *Engagement: Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*. Vol. 01 No. 02. 81-88.
- Lemoine, J. M. (2019). *Strategic brand management*. Routledge.
- Maisari Nor, Hoirot, Nasrullah, Afidah.(2023). “Urgensi Branding dan Nomor Izin Berusaha (NIB) Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Rumpuk”. *Engagement: Opportunity Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, Vol 1, No 1, 2023. 29-39.
- Marlina (2011), *KKN sebagai Wahana Pembangunan Hubungan Perguruan Tinggi dan Masyarakat*. Penerbit Universitas.



- Rahmanisa, A. (2021). Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Engagement : Eksaminasi, Jurnal Hukum*, Vol 1 No 1. 77–83.
- Suryanto, E. (2021). *Sistem Administrasi Bisnis dan Pendaftaran Nomor Induk Berusaha di Indonesia*. Penerbit Universitas XYZ.
- Tafriyanto Chairul Fajar, Aini, Hasanah, Kusyairi, Susanti. (2022). “Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Bagi UMKM Desa Branta Tinggi, Tlanakan, Pamekasan. *Engagement : PARTA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol 3, No 2, Desember, 2022. 105-109.
- Yannuar Tyas Suganda, Sri Mulia Ningsih, dan Mohammad Wahed (2022). “Pendampingan Pendaftaran NIB dan Pelatihan Media Sosial Guna Meningkatkan Ekonomi UMKM di Kelurahan Bulak”. *Engagement : Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*. Vol. 02 N0. 02. 1181-1185.
- Yeni, M., & Yanti, I. D. (2021). Kegiatan Pendampingan, Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission (OSS) Bagi Anggota Koperasi Permaisuri Mandiri di Kota Banda Aceh. *Engagement : J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. Vol 1 No 3. 175-188.