



Pelatihan Pembuatan NIB dan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Moyudan***Training on NIB Creation and Digital Marketing for MSMEs Players*****Juni Artha Siallagan^{1*}, Diana Airawaty²**¹Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia²Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia*Email: junisiallagan13@gmail.com

Abstract: *This service activity aims to provide an understanding of making a Business Identification Number (NIB) and the application of Digital Marketing in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). This service was carried out at Warung Soto Seger Bu Tini MSME located in Sumbersari Village, Moyudan District, Sleman Regency, Yogyakarta. This activity was carried out using observation, training and evaluation methods directly to business actors consisting of 2 stages of activities, namely Making a Business Identification Number with the Online Single Submission (OSS) system and implementing digital marketing in the use of social media, making catalogs in the Canva application and digital payments (QRIS). As a result of this activity, business actors can get a Business Identification Number as proof of an official business license and obtain legal representation guarantees, as well as an increased understanding of MSME actors in using digital tools to market their products.*

Keywords: *NIB, Digital Marketing, MSMEs*

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pemahaman dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan penerapan Digital Marketing dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Pengabdian ini dilakukan pada UMKM Warung Soto Seger Bu Tini yang berlokasi di Desa Sumbersari, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Kegiatan ini dilakukan dengan metode observasi, pelatihan dan evaluasi secara langsung kepada pelaku usaha yang terdiri dari 2 tahap kegiatan yaitu Pembuatan Nomor Induk Berusaha dengan sistem Online Single Submission (OSS) dan penerapan digital marketing dalam penggunaan media sosial, pembuatan katalog di aplikasi Canva serta pembayaran digital (QRIS). Hasil dari kegiatan ini, pelaku usaha bisa mendapat Nomor Induk Berusaha sebagai bukti izin usaha yang resmi dan memperoleh jaminan kuasa hukum, serta peningkatan pemahaman pelaku UMKM dalam menggunakan alat digital untuk memasarkan produk mereka.

Kata Kunci: NIB, Digital Marketing, UMKM

1. PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perekonomian nasional. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan yang mendorong pertumbuhan, dinamika, dan pembangunan ekonomi (Fadhilah & Pratiwi, 2021). Sebagai pilar utama perekonomian, UMKM berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Matopani & Airawaty, 2023). Selain itu dalam perkembangan dan manfaat yang diperoleh UMKM, terdapat banyak tantangan yang harus dihadapi oleh UMKM itu sendiri dalam hal berkompetisi di era globalisasi yang memerlukan kemampuan dalam beradaptasi (Dwi Wahyu Santoso et al., n.d.). Tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usaha secara legal dan digital. Dalam hal ini pelaku usaha membutuhkan izin usaha untuk membuktikan bahwa usaha tersebut benar-benar ada, aktif, dan layak untuk beroperasi. Perizinan berperan dalam membina, mengarahkan,

mengawasi, dan menertibkan kegiatan usaha (Ika Wulandari & Martinus Budiantara, 2022). Perizinan kegiatan usaha dapat dilakukan dengan membuat NIB.

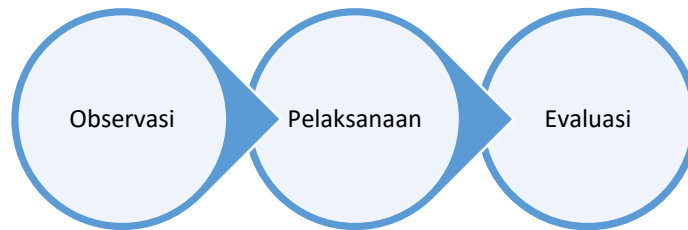
Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) yaitu sebagai bentuk legalitas usaha yang merupakan langkah awal yang penting untuk memberikan akses pada berbagai fasilitas, seperti pembiayaan, kemitraan, dan pemasaran. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya legalitas ini atau tidak memiliki kemampuan untuk membuat NIB secara mandiri. NIB adalah nomor identitas untuk pelaku usaha yang sesuai dengan bidang usaha yang diatur dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2020, yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik. NIB ini dibedakan berdasarkan jenis aktivitas ekonomi yang menghasilkan produk, baik berupa barang maupun jasa. Pengurusan perizinan usaha NIB dapat dilakukan secara online melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). Perizinan Online Terpadu (*Online Single Submission*) merupakan izin yang diberikan oleh lembaga OSS atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/walikota. Online Single Submission merupakan salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan pelayanan publik (S.Wahyuni Asnaini, R. Hartati, 2022).

Dengan perkembangan teknologi informasi memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih besar melalui penggunaan digital marketing (Susanto, 2020). Digital marketing adalah proses promosi dan pencarian pasar secara online melalui media digital dengan memanfaatkan berbagai alat, seperti jejaring sosial (Sulaksono, 2020). Penggunaan platform digital untuk promosi dan penjualan produk dapat meningkatkan daya saing UMKM, tetapi minimnya pemahaman teknologi sering menjadi kendala. Platform yang umum digunakan dalam digital marketing meliputi media sosial seperti facebook, Instagram, WhatsApp, dan Twitter yang memiliki fitur khusus yang memberikan peluang bagi pelaku bisnis untuk memasarkan atau menawarkan produk dan layanan mereka (Harahap et al., 2021). Penggunaan media sosial dapat memperluas pangsa pasar pelaku usaha karena memberikan citra baru, terutama dalam pemasaran, penjualan, dan penawaran (Fitri et al., 2024).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pemahaman dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan penerapan digital marketing yang menggunakan media sosial pada UMKM Warung Soto Seger Bu Tini agar dapat bersaing di tengah ketatnya persaingan dan kemajuan teknologi di era modern saat ini. Hasil dari pengabdian ini diharapkan pelaku usaha dapat memahami pembuatan NIB dan penggunaan media sosial untuk mengembangkan usahanya.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode observasi, pelaksanaan pelatihan dan evaluasi.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

1. Observasi

Kegiatan ini dimulai dari tahap melakukan observasi untuk dapat mengetahui tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan tingkat pemahaman terhadap pemanfaatan digital marketing pada pelaku usaha UMKM.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Setelah melakukan observasi tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan pelatihan dan pendampingan dalam mengakses, mendaftar, pengisian data usaha dalam mengurus legalitas usaha melalui web OSS, serta memberikan sosialisasi dalam pemanfaatan digital marketing melalui media sosial, seperti penggunaan aplikasi Facebook, Instagram, Tiktok, pembuatan katalog melalui aplikasi Canva serta pembayaran digital (QRIS).

3. Evaluasi

Setelah tahap pelaksanaan selesai, evaluasi akan dilakukan untuk mengetahui masalah yang mereka hadapi saat menggunakan media sosial untuk mempromosikan UMKM.

3. HASIL

Pengabdian ini dilakukan pada UMKM Warung Soto Seger Bu Tini yang berlokasi di Desa Sumpersari, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi 3 tahap yaitu tahap observasi, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi. Kegiatan ini berlangsung dengan total 6 kali kunjungan pada pelaku usaha UMKM. Pengabdian ini dimulai dengan tahap pertama observasi pada tanggal 1 Agustus 2024 yaitu kunjungan ke lokasi UMKM. Sebelum itu, melakukan perizinan kepada pihak UMKM tentang ketersediannya dalam melakukan kegiatan pengabdian ini. Setelah itu melakukan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang terdapat di UMKM tersebut. Hasil tersebut sejalan dengan pernyataan pemilik usaha, yang menyebutkan kesulitan dalam mengurus perizinan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan menerapkan strategi digital marketing. Permasalahan utama dalam UMKM ini berkaitan dengan kepatuhan terhadap legalitas usaha melalui NIB serta pemanfaatan digital marketing.

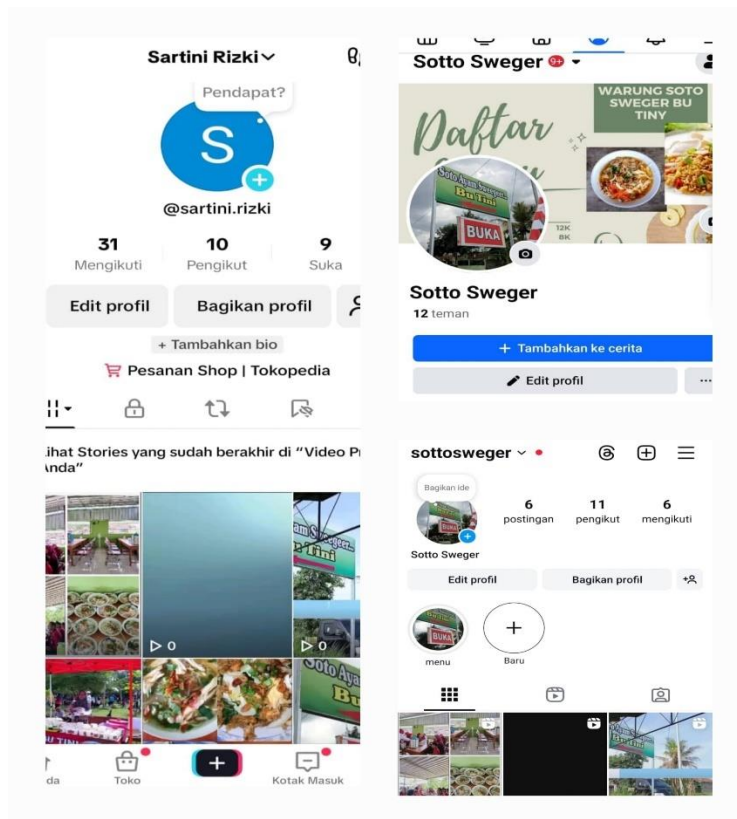
Kegiatan selanjutnya, tahap pelaksanaan pelatihan pada tanggal 5 Agustus 2024 yaitu melakukan pendampingan terhadap pendaftaran NIB. NIB sangat penting sebagai bentuk legalitas izin berusaha sebab dengan memiliki NIB akan memudahkan pelaku usaha UMKM dalam melakukan pengajuan kredit di Bank. Untuk melakukan pendaftaran NIB melalui web OSS (*Online Single Submission*) penulis meminta beberapa persyaratan kepada pelaku usaha seperti Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) opsional, Nomor Induk Kependudukan (NIK), alamat e-mail yang aktif atau dengan nomor telepon yang masih aktif dan data alamat yang sesuai dengan Kartu Tanda Penduduk (KTP). Setelah melengkapi persyaratan maka akan dilakukan pendampingan pada pendaftaran NIB selama 30 menit. Lalu pada pertemuan berikutnya melakukan pendampingan terhadap penggunaan digital marketing. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 4 kali pertemuan dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Pada pertemuan pertama dilakukan pada hari Kamis tanggal 12 Agustus 2024 memperkenalkan digital marketing dalam bentuk media sosial, dalam tahap pelaksanaan ini penulis membantu melakukan install aplikasi Facebook, Instagram, Tiktok dan canva. Setelah itu membantu dalam pendaftaran akun pelaku usaha serta menjelaskan kegunaan aplikasi tersebut.
2. Pada pertemuan kedua tanggal 15 Agustus 2024, memberikan arahan kepada pelaku usaha dalam penggunaan aplikasi. Pada tahap ini penulis memberikan arahan tentang cara melakukan posting produk pada aplikasi serta membantu dalam pengeditan video, foto, dan katalog produk pelaku usaha UMKM.

3. Pada pertemuan ketiga tanggal 20 Agustus 2024, pelatihan dalam membuat pembayaran digital atau dikenal dengan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Tahap pelaksanaan ini penulis membantu dalam melakukan install aplikasi GoPay dan registrasi pendaftaran. Selain itu memberikan arahan dan penggunaan fitur QRIS di aplikasi GoPay, mulai dari melakukan pemindaian kode QRIS hingga menyelesaikan pembayaran.
4. Pada pertemuan keempat tanggal 26 Agustus 2024 dalam rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat tahap terakhir melakukan evaluasi dengan tujuan mengetahui kemampuan pelaku usaha UMKM dalam menerapkan digital marketing dengan memastikan bahwa pelatihan yang diberikan selama program telah memberikan manfaat nyata dan dapat diaplikasikan secara mandiri oleh pelaku usaha dan hasilnya.

Table 1. Indikator Keberhasilan

No	Permasalahan UMKM	Solusi	Indikator
1	UMKM belum memiliki legalitas usaha atau Nomor Induk Berusaha (NIB).	Memberikan pelatihan dan pendampingan dalam proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB).	Meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang pentingnya legalitas usaha dan mendorong mereka untuk memiliki NIB sebagai bukti legalitas.
2	UMKM belum memiliki kemampuan dalam mempromosikan produk	Melakukan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan akun media sosial seperti Instagram, Facebook, Canva dan TikTok serta memberikan pelatihan dan penggunaan terkait strategi marketing	Meningkatnya keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk secara efektif dan menarik perhatian pasar yang lebih luas.
3	UMKM belum memiliki alat pembayaran digital (QRIS)	Melakukan pelatihan dan pendampingan dalam menginstal aplikasi GoPay dan penggunaan metode pembayaran digital melalui Qris	Meningkatnya kemudahan transaksi bagi pelaku usaha dan pelanggan melalui penerapan pembayaran digital yang efisien dan modern.



Gambar 2. Penggunaan Sosial Media UMKM Warung Soto Seger Bu Tini



Gambar 3. Penyerahan Dokumen NIB



Gambar 4. Penyerahan Dokumen QRIS



Gambar 5. Pembuatan Katalog UMKM Warung Soto Seger Bu Tini

4. DISKUSI

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM Warung Soto Seger Bu Tini yang berlokasi di Desa Summersari, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta adalah upaya untuk meningkatkan layanan, produk, dan daya saing usaha melalui berbagai program pendampingan. Kegiatan ini melibatkan pelatihan pembuatan NIB dan digital marketing. Salah satu elemen penting bagi pelaku UMKM adalah legalitas usaha, yang menunjukkan bahwa bisnis layak dan telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh pemerintah (Rahmatika et al., 2024). Selain legalitas, kemampuan dalam penguasaan teknologi digital menjadi faktor penting dalam menghadapi persaingan modern. Melalui pelatihan digital marketing, pelaku UMKM dilengkapi dengan keterampilan untuk memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok dalam mempromosikan produk secara efektif.

Selain itu, pelatihan penggunaan aplikasi Canva membantu pelaku usaha dalam membuat katalog produk yang menarik dan pengenalan metode pembayaran digital melalui QRIS mempermudah transaksi dan memperluas akses kepada pelanggan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya menyadari pentingnya legalitas melalui NIB, tetapi juga mampu menerapkan teknologi digital untuk meningkatkan eksposur produk usaha. Kegiatan ini menjadi contoh konkret bagaimana program pengabdian masyarakat dapat memberikan dampak positif bagi UMKM, khususnya dalam meningkatkan daya saing pasar. Keberhasilan program ini juga menegaskan pentingnya kolaborasi antara akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah dalam memberdayakan UMKM sebagai pilar utama ekonomi Indonesia.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian dalam pembuatan NIB dan Digital Marketing pada pelaku usaha UMKM Warung Soto Seger Bu Tini, menghasilkan dampak positif dalam pengembangan usaha. Pelaku usaha mendapatkan pemahaman tentang pembuatan NIB serta penerapan Digital Marketing di era perkembangan teknologi yang semakin luas sehingga pelaku usaha tidak mengalami ketertinggalan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak – pihak yang membantu dalam pengabdian masyarakat ini sehingga dapat berjalan dengan lancar. Selain itu penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pelaku usaha UMKM Warung Soto Seger Bu Tini dan kepada Ibu Dosen Dr. Diana Airawaty, S.E., M.Acc yang telah membimbing dalam

pelaksanaan pengabdian. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan dapat membantu UMKM dalam mengelola usahanya.

DAFTAR REFERENSI

- Dwi Wahyu Santoso, D., Dyah Prabaswari, A., Basumerda, C., Dila Sari, A., Purnomo, H., Worldailmi, E., Industri, T., & Teknologi Industri, F. (n.d.). *Penerapan Strategi E-Commerce dalam Meningkatkan Produktivitas UKM*. 47–57.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, XII(I), 17–22.
- Fitri, A., Nainggolan, S., & Airawaty, D. (2024). Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran UMKM Rumah Jamu Argomulyo. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 06(02), 1–8.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77. <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>
- Ika Wulandari, & Martinus Budiantara. (2022). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 386–394. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8205>
- Matopani, S., & Airawaty, D. (2023). Edukasi Strategi Pemasaran UMKM (Prayogi Helmet dan Jasuke Molorz Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUDIMAS)*, 2(1), 136–143. <https://doi.org/10.54832/judimas.v2i1.229>
- Rahmatika, A. N., Widyaningsih, B., Mawardi, I., Putri, M. R., Irawan, V. A., Hasyim, R., & Safitroh, W. A. (2024). Workshop Digital Marketing dan Legalitas Usage Bagi Pelaku UMKM Desa Sumberagung. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 15–22. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v5i1.4387>
- S. Wahyuni Asnaini, R. Hartati, P. H. et al. (2022). SOSIALISASI PEMBUATAN NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) UNTUK PENGEMBANGAN UMKM DI BUMDES SERDANG TIRTA KENCANA MELALUI ONLINE SINGLE SUBMISSION Sri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 73–83.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Susanto, B. et all. (2020). Penggunaan Digital Marketing Untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *COMMUNITY EMPOWERMENT*, 6(1), 42–47.