



Pelatihan Digital Marketing, Pembuatan NIB, dan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Pangauban Kecamatan Pacet Kabupaten Bandung

Eliva Sukma Cipta, Ayu Tri Nuraini, Adinda Yuana Surendra, Aji Rifki Zulfikar, Annisaa Aprilia Wahyuni, Ahmad Syafi'i Labib, Dini Fitriani, Saniyah Nurjihan

Universitas Islam Nusantara, Indonesia

*Korespondensi: ✉ elivasukmacipta@uninus.ac.id

Abstract

The purpose of the training is to provide an understanding of the use of the marketplace, assist MSMEs in making NIB and halal certification to meet regulatory standards and increase consumer confidence. This activity is expected to support all MSME actors in Pangauban Village to develop, compete in the digital era, and improve production and marketing capabilities. The implementation methods used are surveys, socialization, implementation of activities, evaluations, and seminars to all MSME actors in Pangauban Village, Pacet District, Bandung Regency. The results of the training have a positive impact on the people of Pangauban Village. One of them is increasing awareness of the importance of online marketing and product legality

Keywords: *digital marketing, Business Identification Number (NIB), halal certification*

Abstrak

Tujuan pelatihan adalah untuk memberikan pemahaman tentang penggunaan marketplace, membantu UMKM dalam pembuatan NIB dan sertifikasi halal untuk memenuhi standar regulasi dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung semua pelaku UMKM di Desa Pangauban untuk berkembang, bersaing di era digital, serta meningkatkan kemampuan produksi dan pemasaran. Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu survey, sosialisasi, pelaksanaan kegiatan, evaluasi, dan diseminari kepada seluruh para pelaku UMKM di Desa Pangauban, Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung. Hasil pelatihan memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Pangauban. Salah satunya adalah peningkatan kesadaran akan pentingnya pemasaran online dan legalitas produk.

Kata Kunci: digital marketing, Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal

Submitted: 2024-10-14

Accepted: 2024-11-25

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia (Guwosari, 2022), yang mampu menyerap banyak tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Nuari, 2017). Namun, daya saing UMKM sering kali terhambat oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan akses teknologi, regulasi perizinan, serta pengakuan sertifikasi halal yang kini semakin penting dalam menghadapi pasar global (Rachmawati, 2020). Untuk mengatasi tantangan ini, perlu adanya intervensi melalui pelatihan dan pendampingan yang terstruktur (Habib, 2024; Cipta et al., 2023).

Di era digital, kemampuan memanfaatkan pemasaran digital (digital marketing) menjadi salah satu strategi penting untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk UMKM (Fahdia, 2024). Dengan memanfaatkan platform marketplace seperti Shopee, para

pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi geografis (Febriyanto, 2018). Selain itu, legalitas usaha juga memegang peran penting dalam peningkatan daya saing (Yuniarti, 2023). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS memungkinkan UMKM untuk terdaftar secara resmi, yang membuka peluang bagi mereka untuk mengakses berbagai program pemerintah dan permodalan (Santoso, 2023).

Sertifikasi halal menjadi aspek tambahan yang signifikan, terutama bagi UMKM yang beroperasi di sektor makanan dan minuman (Ramadhan, 2024). Dengan adanya sertifikasi halal, produk UMKM dapat diterima lebih luas (Qomaro, 2019), khususnya oleh konsumen muslim yang menjadi mayoritas di Indonesia dan negara-negara tetangga. Sertifikasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memberikan daya saing yang lebih tinggi di pasar internasional (Wahyuni, et.al, 2023)

Di Desa Pangauban, banyak pelaku usaha yang belum memahami cara memanfaatkan digital marketing, khususnya melalui platform Shopee. Beberapa faktor penyebabnya meliputi kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, kesulitan dalam menggunakan sistem marketplace, membuat akun, mengambil foto produk, dan mempromosikan secara online. Banyak juga yang belum memiliki legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal.

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang penggunaan marketplace, cara membuat akun untuk promosi, cara mengambil foto produk yang menarik, serta teknik copywriting yang efektif. Selain itu, pelatihan ini juga akan membantu UMKM dalam pembuatan NIB dan sertifikasi halal untuk memenuhi standar regulasi dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung semua pelaku UMKM di Desa Pangauban untuk berkembang, bersaing di era digital, serta meningkatkan kemampuan produksi dan pemasaran mereka.

METODE

Prosedur pelaksanaan kegiatan

Kegiatan pelatihan digital marketing untuk pengembangan UMKM di marketplace Shopee dan pembuatan NIB serta Sertifikasi Halal, yang diadakan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Islam Nusantara Kota Bandung, terbagi menjadi tiga tahap: survei dan sosialisasi, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi serta diseminasi hasil.

Survey dan sosialisasi

Tahap awal adalah survei untuk menilai pemahaman pelaku UMKM di Desa Pangauban, Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung, serta untuk mengidentifikasi mereka yang belum memiliki legalitas. Hasil survei ini akan digunakan untuk pelatihan dan pendampingan. Kegiatan dimulai dengan sosialisasi program kepada kepala kelurahan dan tokoh masyarakat, di mana tim menjelaskan rencana program. Selanjutnya, survei dilakukan terhadap usaha yang ada di desa, yang sebagian besar bergerak di bidang makanan, seperti camilan dan kue. Ditemukan pelaku usaha kesulitan dalam pemasaran karena kurangnya pengetahuan tentang digital marketing, terutama di marketplace Shopee. Oleh karena itu, sosialisasi mengenai cara meningkatkan penjualan melalui digital marketing di media sosial dan marketplace Shopee sangat penting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing dapat meningkatkan brand awareness melalui pemilihan media sosial dan teknik promosi yang tepat (Adiputra, 2024; Sonani & Sudrajat, 2023; Billa & Winarti, 2023). Dengan strategi ini, diharapkan UMKM

di Desa Pangauban dapat meningkatkan pendapatan dan daya saing global dengan mengadopsi teknologi untuk efisiensi usaha.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan digital marketing untuk marketplace Shopee, pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), dan sertifikasi halal dilaksanakan untuk mengembangkan UMKM di Desa Pangauban, Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung. Kegiatan ini melibatkan pelaku usaha lokal dan mencakup pendampingan dalam pembuatan legalitas usaha dan pelatihan digital marketing.

Pelatihan mencakup materi tentang penggunaan aplikasi e-commerce dan cara memasarkan produk di platform digital, terutama Marketplace Shopee, serta pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Peserta diajari cara mendaftar dan membuat akun di Shopee, mengunggah produk, serta strategi untuk meningkatkan visibilitas produk, seperti mengoptimalkan hashtag dan menggunakan fitur live streaming.

Media sosial dan aplikasi ini dipilih karena sesuai untuk produk UMKM di Desa Pangauban, seperti camilan dan kue kering, yang dapat dijual secara online untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Selain itu, peserta juga dibantu dalam membuat logo untuk usaha yang belum memilikinya, serta diberikan tips tentang pengemasan yang baik agar produk tidak rusak selama pengiriman. Dengan pendekatan pemasaran digital ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan penjualan dan mengurangi ketergantungan pada metode pemasaran tradisional. Dengan peningkatan pengetahuan konsumen, potensi bisnis ini bisa mendatangkan keuntungan yang lebih besar.

Evaluasi dan Diseminasi Hasil

Kursus digital marketing di pasar shopee mencakup materi tentang definisi ide, dan keuntungan digital marketing. Peserta juga diberikan instruksi praktis tentang cara membuat akun dan juga membuka toko di aplikasi shopee, serta pendampingan berupa pembuatan legalitas usaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi pemasaran digital di masa kini sangat besar, dan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) penting sebagai legalitas usaha dan akses ke fasilitas pemerintah. UMKM perlu mengikuti perkembangan teknologi untuk ekspansi pasar dan mengatasi tantangan, seperti yang dialami UMKM di Desa Pangauban. Dalam kegiatan pengabdian ini, para pengabdian menawarkan solusi berupa:

- Pelatihan penggunaan aplikasi marketplace Shopee
- Pelatihan pembuatan akun untuk promosi di Shopee
- Pelatihan pengambilan foto produk
- Pelatihan pemasaran melalui live streaming
- Pembuatan logo untuk UMKM yang belum memiliki
- Pendampingan dalam pembuatan legalitas usaha seperti NIB dan sertifikat halal

Selama pelaksanaan pendampingan, kami mengundang narasumber terkemuka di bidang digital marketing untuk memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM. Sosialisasi ini diadakan di Aula KH. Ali Nahrowi no 229 pada 29 Agustus 2024, di mana para pemilik UMKM mendapatkan informasi berharga tentang pemasaran digital



Gambar 1. Pelatihan Digital Marketing

Pendaftaran Akun Bisnis

Dalam kegiatan ini, pelaku UMKM berusaha mendaftarkan akun usaha di aplikasi marketplace Shopee, yang populer di kalangan anak muda dan orang dewasa.

Pelatihan pembuatan foto produk

UMKM perlu meningkatkan promosi mereka dengan membuat foto katalog yang menarik untuk produk-produk mereka.

Memposting produk di Shopee

Kami membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) mengunggah barang ke akun Shopee mereka. Produk yang diposting harus menyertakan informasi yang jelas agar konsumen dapat memahami jenis dan rasa produk. Tujuan dari caption dan foto yang menarik adalah agar produk lebih mudah diterima oleh konsumen.

Pelatihan pemasaran melalui live streaming

Dalam sesi ini, pelaku UMKM dan pemuda yang belajar berwirausaha mencoba memasarkan produk mereka melalui live streaming, menggunakan strategi komunikasi yang menarik bagi konsumen.



Gambar 2. Melakukan Pemasaran Tas dan peci menggunakan strategi *live streaming*

Pembuatan logo untuk pelaku UMKM yang belum memiliki logo produknya

Dalam kegiatan ini, kami membantu pembuatan logo produk untuk para pelaku UMKM yang belum mempunyai logo produk pada usahanya. Pembuatan logo produk ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 3. Pembuatan logo untuk pelaku usaha UMKM

Pendampingan Pembuatan legalitas usaha yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat halal

Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk mendorong peningkatan daya saing UMKM dengan mengawasi proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) serta sertifikat halal, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendapatkan lebih banyak pasar.



Gambar 4. Pendampingan Pembuatan NIB dan Sertifikasi halal

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan digital marketing, pembuatan NIB, dan sertifikasi halal yang dilakukan memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Pangauban. Salah satunya adalah peningkatan kesadaran akan pentingnya pemasaran online dan legalitas produk. Kombinasi ini mendorong masyarakat untuk lebih aktif memasarkan produk lokal melalui platform digital seperti Shopee. Dengan demikian, produk UMKM Desa Pangauban tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki legalitas yang jelas. Keberadaan NIB dan sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal, yang pada gilirannya mendorong peningkatan penjualan dan akses ke pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, R. F. (2024). Strategi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Pada Brand Minuman Haus ! *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(7), 207–212.
- Billa, S., & Winarti, O. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Media Sosial Tiktok PT Otak Kanan Untuk Membangun Brand Awarness. *Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 74–83.
- Cipta, E. S., Husaeni, A. S., Anwar, F., & Cahyati, C. (2023). Analisis Pengaruh Media Digital terhadap Perkembangan Karakter Siswa Sekolah Dasar. *Ainara Journal*, 4(3), 109–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/ainj.v4i3.271>
- Sonani, N., & Sudrajat, A. P. (2023). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Brand Awareness. *SABAJAYA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 222–230. <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jpkm>
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Habib, M. A. F., & Sutopo, S. (2024). Pembinaan Umkm Dalam Aspek Komunikasi Pemasaran Sebagai Wujud Pemberdayaan Perempuan Di Sekitar Kawasan Wisata Pantai. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 4(1), 85-100.
- Nuari, A. R. (2017, October). Pentingnya Usaha Kecil Menengah (Ukm) Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. In *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu* (Vol. 12).
- Qomaro, G. W., Hammam, H., & Nasik, K. (2019). Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah sektor pangan dalam meningkatkan perekonomian lokal melalui pendampingan sertifikasi halal di Kecamatan Tragah Bangkalan. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 5(2), 137-142.
- Rachmawati, R. R., & Gunawan, E. (2020). Peranan petani milenial mendukung ekspor hasil pertanian di Indonesia. In *Forum penelitian agro ekonomi* (Vol. 38, No. 1, pp. 67-87).
- Ramadhan, M. I. R., & Rohman, A. (2024). Kelayakan Bisnis Usaha Pentol Gapek Di Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep Dalam Tinjauan Legalitas. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6).
- Santoso, N. A., & Redaputri, A. P. (2023). Pendampingan Pendaftaran NIB &P-IRT Bagi Umkm Binaan Rumah Bumn Bandar Lampung. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 184-192.

- Sonani, N., & Sudrajat, A. P. (2023). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Brand Awareness. *SABAJAYA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 222–230. <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jpkm>
- Wahyuni, H. C., Handayani, P., & Wulandari, T. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 17-25.
- Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM tentang pentingnya adaptasi digital dan legalitas usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299-306