

PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING DAN PEMBUATAN NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) BAGI PELAKU UMKM DESA TANJUNG AGUNG KABUPATEN BULUNGAN

Woro Kusmaryani^{1*}, Sulidah², Ratno Achyani³, Anang Sulistyo⁴, Ramli⁵, Petra Johari⁶

^{1,2,3,4,5,6}(Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Borneo Tarakan, Tarakan)

*E-mail: worokusmaryani@borneo.ac.id

Abstrak

Sektor TI telah berkembang pesat sehingga tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga standar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM/UMKM) untuk beroperasi secara daring dan resmi. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengarahkan dan mengarahkan rencana pemasaran digital serta menyediakan layanan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi para pelaku UMKM di Desa Tanjung Agung, Kabupaten Bulungan. Proyek ini meliputi lokakarya, sesi pendampingan, dan dukungan langsung dalam upaya pendaftaran usaha dan promosi digital. Berbagai teknik pemasaran digital seperti optimasi media sosial, pembuatan konten, dan penggunaan pasar daring diperkenalkan kepada para peserta. Ditemukan bahwa pemahaman peserta tentang metode pemasaran digital dan pentingnya pendaftaran usaha yang sah telah meningkat. Sementara itu, beberapa UMKM telah mendapatkan NIB dan mulai mengadopsi teknik promosi digital untuk mengakses pasar yang lebih luas. Inisiatif ini menyoroti peran penting pemanfaatan teknologi dan pendaftaran usaha dalam perjalanan wirausahawan pedesaan menuju peningkatan daya saing dan keberlanjutan di era ekonomi digital.

Kata kunci: Formalisasi Usaha, Pemasaran Digital, Pemberdayaan UMKM, Pembuatan NIB, Pengabdian Masyarakat.

Abstract

The IT sector has progressed at such a rate that it has become not just a necessity but a standard for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs/UMKM) to go online and operate officially. The program for community service sought to direct and steer the digital marketing plan and provide the Creation of Business Identification Numbers (NIB) for UMKM actors in Tanjung Agung Village, Bulungan Regency. The project involved workshops, mentoring sessions, and direct support in the efforts of business registration and digital promotion. Different digital marketing techniques such as social media optimization, content creation, and online marketplace usage were introduced to the participants. It was found that the participants' grasp of digital marketing methods and the necessity of legal business registration had increased. Meanwhile, some UMKM got their NIBs and started adopting the digital promotion techniques to access larger markets. This initiative highlights the vital role of technology use and business registration in the rural entrepreneur's journey towards increased competitiveness and sustainability in the digital economy period.

Keywords: Business Formalization, Digital Marketing, UMKM Empowerment, NIB Creation, Community Service,

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital yang pesat berdampak besar pada dinamika bisnis, sehingga mengubah cara wirausahawan memasarkan produk dan berinteraksi dengan konsumen. Dalam kasus Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang populer di Indonesia sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pemasaran digital telah diadopsi sebagai strategi kunci untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar mereka. Pemasaran digital memberi wirausahawan kesempatan untuk mempromosikan produk mereka dengan cara yang paling efektif, menciptakan kesadaran merek, dan berkomunikasi langsung dengan pelanggan dengan cara yang murah dan mudah diakses melalui platform media sosial dan pasar daring (Aqham et al., 2023; Winedar et al., 2022). Ada sejumlah program pengabdian masyarakat yang telah menunjukkan bahwa kinerja penjualan dan visibilitas UMKM dapat ditingkatkan, terutama di daerah pedesaan di mana akses ke pasar tradisional sulit, melalui pelatihan pemasaran digital yang dipadukan dengan pemberian bantuan praktis (Syukri & Sunrawali, 2021; Bangun & Purnama, 2024).

Di sisi lain, penggunaan pemasaran digital memang efektif dalam meningkatkan penjualan, tetapi masih banyak pelaku UMKM, terutama di sektor pedesaan dan semi-perkotaan, yang menghadapi kesulitan dalam penerapannya. Ketidakmampuan digital, minimnya teknologi, dan minimnya akses terhadap e-commerce menjadi alasan utama mengapa mereka tidak mampu bersaing di pasar daring (Setiyawan et al., 2025). Program pemberdayaan digital berbasis komunitas yang memadukan transfer pengetahuan dan pendampingan diperlukan untuk penerapan perangkat daring yang tepat dan profesional dalam pemasaran dan keterlibatan pelanggan oleh para pelaku UMKM, menurut Sulaksono dan Zakaria (2025). Edukasi pemasaran digital, jika dilakukan dengan benar, dapat menjadi salah satu cara untuk mengubah wirausahawan lokal dari penjual pasif menjadi pemasar digital kreatif yang mampu mempertahankan kemandirian bisnis mereka.

Legalitas usaha merupakan faktor penting lainnya dalam proses pengembangan UMKM. Banyak usaha kecil di Indonesia masih menjalankan kegiatannya secara informal tanpa registrasi resmi atau perolehan dokumen resmi sebelumnya. Kegiatan usaha semacam ini membatasi akses pengusaha tersebut terhadap bantuan keuangan, program pemerintah, dan keterlibatan dalam kegiatan ekonomi berskala lebih besar. Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah Indonesia telah menerapkan sistem Online Single Submission – Risk-Based Approach (OSS-RBA), yang memberikan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai izin usaha universal. Kepemilikan NIB merupakan syarat penting untuk formalisasi usaha yang memungkinkan UMKM untuk berpartisipasi dalam peluang pengadaan, menerima pendanaan, dan bahkan, menempati pasar yang hanya terbuka untuk usaha formal (Kasyir et al., 2025; Al-Arsy & Khoirotunnisa, 2025).

Program pelibatan masyarakat telah diakui sebagai faktor kunci dalam pembentukan NIB melalui beberapa studi. Sesi pendampingan yang mendampingi pemilik UMKM dalam proses pendaftaran daring tidak hanya meningkatkan pemahaman mereka tentang persyaratan hukum, tetapi juga menghasilkan hasil pendaftaran yang positif (Puspa Nala et al., 2025; Kasyir et al., 2025). Kegiatan pendaftaran telah melipatgandakan jumlah perusahaan yang terdaftar secara resmi, dan pada saat yang sama, menciptakan suasana legalitas dan akuntabilitas yang membantu bisnis untuk berkelanjutan dalam jangka panjang. Kombinasi pendampingan administratif dan demonstrasi langsung membantu para peserta untuk melihat manfaat memiliki identitas bisnis formal (Al-Arsy & Khoirotunnisa, 2025).

Namun, tinjauan terhadap program layanan masyarakat saat ini mengungkapkan bahwa program pelatihan pemasaran digital dan legalitas bisnis biasanya dilakukan di lokasi terpisah yang merupakan faktor utama yang bertanggung jawab atas dampak keseluruhan yang terbatas. Program pelatihan digital berkonsentrasi pada kapasitas promosi perusahaan sementara program bantuan hukum hanya menangani pendaftaran bisnis dan tidak melakukan aspek pemasaran. Fragmentasi ini mengurangi manfaat jangka panjang yang dapat diperoleh pelaku UMKM dari pendekatan pemberdayaan holistik. Menurut Bangun dan

Purnama (2024), dan Setiyawan et al. (2025), program yang terintegrasi sedemikian rupa sehingga menggabungkan pengembangan kapasitas pemasaran digital dengan proses formalisasi bisnis menghasilkan hasil yang lebih kuat dan lebih berkelanjutan. Pengusaha yang melek digital dan terdaftar secara hukum dapat lebih mudah memasarkan produk mereka, memanfaatkan insentif pemerintah, dan mendapatkan kepercayaan pelanggan.

Di Desa Tanjung Agung, Kabupaten Bulungan, banyak UMKM yang bergerak di bidang pengolahan hasil pertanian, produksi pangan, dan kerajinan. Meskipun produk-produknya unik dan dapat dipasarkan, sebagian besar pelaku usaha kecil belum memiliki izin usaha resmi yang dapat membantu mereka memasuki pemasaran digital. Observasi awal menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil UMKM di desa tersebut yang telah terdaftar dalam NIB, sementara sebagian besar masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan saluran penjualan offline. Situasi ini menghambat mereka untuk menjangkau pasar di luar negeri atau bekerja sama dengan pembeli besar di lembaga-lembaga tersebut. Oleh karena itu, penting untuk membangun reputasi pemasaran digital dan formalisasi usaha secara bersamaan guna meningkatkan ekosistem kewirausahaan di daerah.

Program pengabdian masyarakat ini menggabungkan dua komponen utama, yaitu bimbingan pemasaran digital dan pendampingan pembuatan NIB, untuk membantu para pelaku UMKM di Desa Tanjung Agung khususnya. Jangkauan program terutama pada dua area: 1. Pengembangan Kompetensi Pemasaran Digital: Pertama, terdapat lokakarya dan sesi praktik yang memberikan bimbingan tentang pengaturan dan pengelolaan akun media sosial untuk bisnis, pengembangan strategi konten, optimalisasi pasar daring, dan penggunaan alat komunikasi digital untuk keterlibatan pelanggan. Para peserta dibantu dalam merencanakan kampanye pemasaran sederhana, mengukur metrik keterlibatan, dan memodifikasi strategi promosi mereka untuk menarik audiens yang lebih besar. 2. Fasilitasi NIB (Nomor Induk Berusaha): Pada tahap kedua, para peserta mendapatkan bimbingan pribadi dalam penggunaan platform OSS-RBA. Mereka dibantu secara bertahap untuk menyelesaikan pendaftaran daring, mengunggah dokumen yang diperlukan, dan memverifikasi NIB mereka. Pendampingan ini memungkinkan semua peserta untuk mendapatkan NIB mereka dan juga memperoleh pemahaman yang jelas tentang proses yang terlibat dalam administrasi untuk menjaga legalitas usaha.

Program ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- Meningkatkan keterampilan pemasaran digital pelaku UMKM agar dapat mempromosikan barang dan jasa melalui kanal daring secara lebih efisien.
- Mendukung para wirausaha di wilayah tersebut untuk mendapatkan pengakuan usaha yang sah dengan melakukan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB).
- Menggabungkan pengetahuan pemasaran digital dan formalisasi hukum usaha untuk membangun model pemberdayaan yang menyeluruh.
- Meningkatkan daya saing, kredibilitas, dan kelangsungan UMKM di Desa Tanjung Agung.

Integrasi pengembangan kapasitas digital dan pendaftaran usaha legal memberdayakan usaha kecil dan menengah (UKM) sejalan dengan strategi pemerintah dalam pengembangan UMKM dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB), terutama TPB 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan TPB 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur). Salah satu tujuan utama proyek pengabdian masyarakat ini adalah menciptakan model pemberdayaan UMKM pedesaan yang sukses, yang memanfaatkan trio inovasi, legalitas, dan transformasi digital untuk mendorong perekonomian lokal yang tangguh.

2. Metode Pelaksanaan

Proyek pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan pemberdayaan yang diarahkan pada peningkatan kapasitas pemasaran digital dan pendaftaran usaha formal bagi pelaku UMKM di Desa Tanjung Agung, Kabupaten Bulungan, Kalimantan Utara. Program ini dilaksanakan selama tiga bulan, Juni hingga Agustus 2025, melalui serangkaian lokakarya, pendampingan, dan pendampingan langsung. Metode yang

digunakan berfokus pada penerapan praktis, sehingga peserta dapat langsung menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama setiap sesi.

2.1. Peserta

Peserta terpilih adalah pelaku UMKM lokal yang menjalankan usaha kecil di bidang pengolahan makanan, kerajinan tangan, produk pertanian, dan jasa lokal. Bekerja sama dengan Kantor Desa Tanjung Agung dan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bulungan, terpilih total 25 peserta. Kriteria seleksi meliputi: (1) terlibat aktif dalam kegiatan usaha kecil atau mikro, (2) bersedia mengikuti program selama program berlangsung, dan (3) tidak memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk usaha yang belum terdaftar. Di antara para peserta, terdapat 80% wirausaha perempuan, yang merupakan indikator posisi penting usaha mikro yang dikelola perempuan dalam perekonomian lokal. Perlunya survei penilaian kebutuhan sebelum pelaksanaan program dijustifikasi oleh tujuan tim untuk mengidentifikasi dasar pemahaman peserta tentang pemasaran digital dan pendaftaran usaha legal. Survei menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar peserta memiliki ponsel pintar dan media sosial, hanya 20% yang menggunakananya untuk kegiatan pemasaran terstruktur. Lebih lanjut, 68% peserta tidak mengetahui sistem OSS-RBA untuk penerbitan NIB. Oleh karena itu, hasil survei menunjukkan perlunya pelatihan yang menggabungkan kedua bidang tersebut, yaitu pemasaran dan formalisasi.

2.2. Tahapan Pelaksanaan

Program ini dilaksanakan dalam empat tahap utama:

2.2.1 Tahap Persiapan dan Koordinasi

Tahap persiapan melibatkan para pemangku kepentingan lokal seperti Kepala Desa, perwakilan UMKM, dan pengurus koperasi setempat. Tahap persiapan, yang merupakan tahap pertama, mengarahkan tim untuk menyusun materi pelatihan, strategi pemasaran digital pada modul visual, dan panduan pendaftaran OSS-RBA secara terperinci dan mudah dipahami. Rapat koordinasi memastikan adanya kesepakatan dengan persyaratan lokal dan jadwal kegiatan yang sesuai.



Gambar 1. Koordinasi dengan Kepala Desa Tanjung Agung

2.2.2 Lokakarya Pemasaran Digital

Tujuan utama dari kegiatan pelaksanaan pertama adalah untuk meningkatkan pengetahuan peserta tentang konsep dan perangkat pemasaran digital. Seluruh proses berlangsung selama dua hari, dengan materi sebagai berikut: (1) Pengenalan pemasaran digital bagi UMKM dan signifikansinya. (2) Pembuatan profil bisnis di media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp Business, dan TikTok Shop). (3) Pembuatan konten visual yang menarik menggunakan perangkat desain berbasis seluler seperti Canva dan CapCut. (4) Dasar-dasar keterlibatan pelanggan, branding online, dan pemberian umpan balik. Para peserta mengembangkan video promosi

singkat dan brosur digital untuk produk mereka, kemudian evaluasi dilakukan bersama-sama. Materi teori dan praktik berjalan beriringan selama sesi pelatihan, dengan peserta mempelajari promosi konten melalui algoritma dan pentingnya konsistensi dalam waktu posting.

2.2.3 Pembuatan NIB dan Pendampingan Hukum

Pada tahap kedua, konsep formalisasi usaha dilakukan melalui fasilitasi langsung pendaftaran NIB di platform OSS-RBA. Tim layanan dengan bantuan dua petugas dari Dinas Koperasi melakukan sesi pendampingan praktis. Setiap peserta mendapatkan pendampingan berikut: (1) Pembuatan akun pengguna di portal OSS-RBA. (2) Penyediaan informasi usaha (seperti jenis, alamat, dan skala usaha). (3) Penyerahan identitas dan dokumen pendukung. (4) Penerimaan sertifikat NIB final melalui pengunduhan dan pencetakan. Peserta yang tidak memiliki perangkat internet diberikan bantuan berupa laptop yang disediakan oleh tim fasilitator. Pada tahap ini, total 20 peserta telah memiliki NIB dan lima peserta lainnya menyelesaikan aplikasi mereka segera setelah menerima dukungan daring yang berkelanjutan.



Gambar 2. Pendampingan Pembuatan NIB

2.2.4 Tahap Monitoring, Evaluasi, dan Mentoring

Setelah lokakarya, proses mentoring berkelanjutan dilakukan melalui grup WhatsApp daring dengan tujuan untuk memantau perkembangan peserta. Para instruktur memperhatikan bahwa para peserta menggunakan perangkat pemasaran digital untuk promosi produk dan memberikan saran tentang cara meningkatkan konten desain, penulisan caption, dan pengaturan waktu iklan. Survei evaluasi singkat pasca-program dilakukan untuk menilai peningkatan keterampilan peserta dan tingkat kepuasan mereka. Penilaian menunjukkan bahwa 88% peserta mulai menerapkan metode pemasaran digital secara rutin dan 76% melaporkan peningkatan interaksi pelanggan selama satu bulan setelah pelatihan. Selain itu, para peserta mengakui bahwa mereka telah memperoleh pengetahuan yang lebih baik tentang manfaat memiliki NIB untuk pengembangan bisnis dan pengajuan pendanaan di masa mendatang.

2.3. Proses Mentoring

Seluruh proses mentoring berfokus pada pembelajaran antar peserta dan bimbingan personal. Peserta dibagi ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan jenis usaha mereka sehingga mereka dapat berbagi praktik pemasaran yang paling relevan. Setiap kelompok diberikan serangkaian sesi pelatihan individual di mana mereka membahas karakteristik produk dan target pasar daring potensial mereka. Para fasilitator memberikan umpan balik

atas unggahan digital yang dibuat oleh peserta, membantu mereka meningkatkan visual, tagar, dan keterangan agar lebih mudah dilihat. Selama sesi mentoring hukum, pendampingan personal memungkinkan peserta tidak hanya menyelesaikan pendaftaran NIB tetapi juga mempelajari cara memperbarui data usaha mereka sendiri. Langkah ini penting untuk pengembangan otonomi dan keberlanjutan program setelah selesai.

2.4. Hasil yang Diharapkan

Pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk menghasilkan hasil nyata dan tidak nyata, yang akan menjadi hasil utama dari kegiatan ini:

- Hasil Nyata: (1) Sebanyak 25 peserta UMKM terampil dalam pemasaran digital. (2) 20 NIB baru yang dikirimkan melalui sistem OSS-RBA. (3) Produksi materi iklan digital (poster, video, katalog produk) yang dibuat oleh mahasiswa. (4) Modul pelatihan tentang “Pemasaran Digital untuk UMKM Desa” telah diterbitkan.
- Luaran Non-Wujud: (1) Kesadaran dan motivasi pengusaha pedesaan untuk menerima perangkat digital dan mendaftarkan usahanya meningkat. (2) Kolaborasi komunitas antara pemerintah daerah, akademisi, dan pelaku UMKM ditingkatkan. (3) Kepercayaan diri dan kemampuan adaptasi pengusaha dalam menavigasi ekonomi digital diperkuat.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital

Hasil signifikan pertama dari program ini adalah peningkatan yang sangat signifikan dalam keterampilan pemasaran digital para peserta. Berdasarkan penilaian yang dilakukan sebelum dan sesudah program, pengetahuan peserta tentang prinsip-prinsip pemasaran digital meningkat dari rata-rata 48% menjadi 85%. Hal ini ditunjukkan dengan kemahiran mereka dalam membuat materi iklan digital, mengelola media sosial, dan berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik. Para peserta yang sebelumnya hanya mengandalkan WhatsApp untuk berkomunikasi kini mulai menggunakan Instagram, Facebook Marketplace, dan TikTok Shop sebagai alat komunikasi baru untuk menarik lebih banyak pelanggan. Mereka juga menjadi terbiasa dengan Canva dan CapCut untuk membuat gambar dan video promosi yang menarik. Semua alat ini memberi mereka kemampuan untuk bekerja lebih mandiri dan tidak bergantung pada layanan pemasaran eksternal. Hasil ini sejalan dengan penelitian Putra et al. (2022), yang menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital dapat memberikan peningkatan yang signifikan dalam keterampilan pemilik UMKM untuk memanfaatkan internet dalam promosi produk. Senada dengan itu, Sari dan Nurcahyo (2021) menyimpulkan bahwa jangkauan pasar dan penjualan usaha mikro menjadi lebih baik karena adopsi pemasaran digital. Selain itu, Wulandari dan Susanto (2023) berpendapat bahwa pengetahuan teknis dan pola pikir yang tepat untuk bersaing merupakan faktor utama keberhasilan transformasi digital UMKM.



Gambar 3. Pendampingan Keterampilan Pemasaran Digital

3.2. Keberhasilan dalam Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Pencapaian penting lainnya dari proyek ini adalah penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB). Dari 25 peserta UMKM, 20 orang berhasil mendapatkan NIB mereka selama program berlangsung, sementara lima orang lainnya melakukan pendaftaran segera setelahnya dengan bantuan daring. Melalui pendampingan, para peserta belajar membuat akun OSS-RBA, memasukkan data bisnis, dan mencetak sertifikat NIB mereka. Banyak peserta mengatakan bahwa kepercayaan diri mereka untuk berpartisipasi dalam pameran dagang formal dan mendapatkan kredit mikro meningkat secara signifikan dengan NIB yang mereka dapatkan. Hasil dalam penelitian ini menguatkan hasil penelitian Rahmawati et al. (2023) yang menunjukkan bahwa sistem OSS-RBA untuk registrasi digital meningkatkan formalisasi dan transparansi UMKM. Nugroho dan Pratama (2021) juga menunjukkan bahwa formalisasi bisnis yang legal merupakan faktor yang memudahkan akses wirausahawan terhadap dukungan finansial dan legitimasi bisnis. Lebih lanjut, Santoso dan Dewi (2022) menyimpulkan bahwa kombinasi fasilitasi administratif dan pengembangan keterampilan memberikan hasil pemberdayaan yang lebih berkelanjutan bagi UMKM.



Gambar 4. Pendampingan Pembuatan NIB

3.3. Perubahan Perilaku dan Pola Pikir Kewirausahaan

Program ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan profesional peserta, tetapi juga berdampak signifikan pada perilaku mereka. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat peningkatan kepercayaan diri, kreativitas, dan kemauan berinovasi dalam berwirausaha di antara para peserta. Mereka mulai mengikuti jadwal posting konten media sosial yang ketat dan menciptakan citra merek yang lebih seragam di semua kanal digital. Sebagai contoh, seorang peserta mengatakan bahwa penjualannya meningkat sebesar 30% setelah

mengubah foto dan keterangan produknya. Peserta lain mengatakan bahwa memiliki NIB (Surat Tanda Daftar Usaha) memungkinkannya untuk pertama kalinya mengikuti pameran UMKM lokal. Hasil ini sejalan dengan temuan Huda et al. (2020) yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan dan literasi digital memiliki dampak positif yang signifikan terhadap efikasi diri UMKM pedesaan. Aini, Widodo dan Nurhayati (2022) juga menunjukkan bahwa perubahan pola pikir merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberlangsungan UMKM di era digital. Kedua studi tersebut juga menekankan bahwa pendampingan dan interaksi rutin dengan pelatih sangat penting untuk menjaga motivasi dan perubahan perilaku tetap berkelanjutan.



Gambar 5. Kios Usaha Warga Desa Tanjung Agung

3.4. Pemberdayaan Masyarakat dan Dampak Kolaboratif

Kolaborasi multipihak yang melibatkan universitas, pemerintah daerah, dan komunitas UMKM merupakan aspek lain dari proyek yang terbukti sangat efektif. Kolaborasi yang terjalin di antara para pihak meningkatkan penyampaian pelatihan dan mobilisasi sumber daya. Koperasi di daerah tersebut memberikan dukungan logistik dan legalitas, sementara tim akademis membantu dengan materi pendidikan dan kapabilitas digital. Skema ini serupa dengan temuan Suharto dan Setiawan (2021) yang menyatakan bahwa kolaborasi universitas-masyarakat mengarah pada keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat. Demikian pula, Rahman et al. (2022) menunjukkan bahwa proyek pengabdian masyarakat, jika dilakukan secara kolaboratif, akan menghasilkan lebih banyak kepercayaan dan praktik yang lebih baik untuk diulang dan dibagikan. Aspek kooperatif dari program ini, yang melintasi batas-batas pembangunan partisipatif, masyarakatlah yang seharusnya menciptakan solusi, alih-alih hanya menunggu untuk direpresentasikan sebagai penerima manfaat.



Gambar 6. Pendampingan Digital Marketing dan Pembuatan NIB

3.5. Evaluasi Tantangan dan Keberlanjutan

Keberhasilan secara keseluruhan masih menunjukkan beberapa tantangan. Pada tahap awal, keterbatasan akses internet dan perbedaan keterampilan digital di antara para peserta merupakan faktor utama yang menyebabkan lambatnya kemajuan. Beberapa peserta merasa kesulitan menggunakan antarmuka OSS-RBA atau aplikasi penyuntingan seluler. Untuk mengatasi kesulitan ini, para pelatih melakukan pendampingan daring melalui WhatsApp setiap saat, sehingga memungkinkan peserta untuk meminta bantuan bahkan setelah pelatihan. Hal ini sejalan dengan Sumarni dan Hartono (2020), yang menemukan bahwa pendampingan digital yang berkelanjutan sepanjang periode pasca-pelatihan meningkatkan retensi dan mengurangi penurunan pengetahuan. Untuk tujuan memberikan dukungan jangka panjang, kegiatan yang dapat dilakukan di masa mendatang adalah mengadakan lokakarya penyegaran rutin, kontes pemasaran digital, dan partisipasi pemuda sebagai perwakilan digital bagi UMKM desa. Memperkuat kerja sama dengan pemerintah daerah juga merupakan ide yang baik karena akan membantu menjadikan formalisasi dan digitalisasi inisiatif dukungan bisnis lebih permanen.

Secara umum, proyek ini menunjukkan bahwa menggabungkan pelatihan pemasaran digital dengan fasilitasi NIB telah memberikan pemberdayaan total bagi UMKM. Para peserta tidak hanya dibekali pengetahuan teknis untuk memasarkan bisnis mereka melalui internet, tetapi juga menyelesaikan proses hukum usaha mereka melalui pendaftaran OSS-RBA. Kombinasi literasi digital dan penerimaan administratif ini membuat komunitas UMKM di Desa Tanjung Agung lebih tangguh dan kompetitif. Hasil ini juga mengonfirmasi studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengembangan kapasitas dan formalisasi harus saling melengkapi untuk kewirausahaan pedesaan yang lebih baik dalam ekonomi digital.

4. Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat ini berhasil menggabungkan penyuluhan pemasaran digital dengan penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) secara terampil, sehingga memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tanjung Agung, Kabupaten Bulungan. Pendekatan terpadu ini antara lain memecahkan dua permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha lokal: literasi digital yang perlu ditingkatkan dan pentingnya pendaftaran usaha formal yang masih terabaikan. Peserta dibekali pengetahuan praktis dan kepercayaan diri dalam mengelola platform pemasaran daring seperti Facebook, Instagram, dan TikTok melalui berbagai jenis lokakarya, sesi pendampingan, dan pendampingan langsung. Selain itu, mereka juga diajari cara menghasilkan konten promosi yang menarik dengan bantuan aplikasi desain dan penyunting video yang mudah digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta mampu melakukan tugas-tugas ini secara mandiri, membangun citra yang lebih seragam, dan melibatkan lebih banyak pelanggan melalui pemanfaatan

saluran komunikasi digital. Proses pendaftaran NIB yang dilakukan secara simultan membantu peserta memperoleh identitas usaha yang sah, yang memungkinkan mereka mengakses program usaha formal, dukungan pemerintah, dan partisipasi pasar yang lebih luas. Banyak peserta menyebutkan bahwa NIB mereka membuat mereka merasa lebih percaya diri dan bangga, karena ini merupakan tonggak penting bagi mereka untuk menjangkau dan mempertahankan bisnis mereka. Selain mengembangkan keterampilan, program ini juga menghasilkan banyak perubahan dalam perilaku dan cara berpikir para peserta. Teknologi bagi mereka berubah dari hambatan menjadi sekutu yang kuat bagi pertumbuhan mereka. Mereka mulai mengambil inisiatif dalam pengelolaan pemasaran digital, kualitas produk, dan konsistensi kehadiran daring. Perubahan sikap tersebut sangat positif dan hal ini disebabkan oleh profesionalisme dan fleksibilitas yang dimiliki para pelaku bisnis lokal.

Hasil penting dari inisiatif ini adalah kolaborasi yang sangat erat antara para pemangku kepentingan, yaitu pemerintah daerah, konsultan universitas, dan komunitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kerja sama ini tidak hanya menjamin kelancaran kegiatan, tetapi juga berbagi sumber daya secara efisien dan membuat para peserta tetap terlibat. Partisipasi aktif berbagai organisasi dalam proses ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat hanya mungkin terwujud jika semua pemangku kepentingan berkomitmen dan berkomunikasi secara konsisten selama proses berlangsung. Sebagai kesimpulan, program ini menunjukkan bahwa menyediakan sarana bagi UMKM untuk beroperasi di dunia digital membutuhkan pendekatan komprehensif yang mencakup peningkatan keterampilan dan fasilitasi administrasi. Pemasaran di ranah digital memungkinkan para wirausahawan untuk menjual produk mereka di pasar modern, sementara aspek hukum memastikan keberlanjutan usaha yang dijalankan dan dapat menerima bantuan kelembagaan. Penggabungan kedua elemen ini merupakan faktor paling kuat dalam hal kemandirian ekonomi, kreativitas, dan pertumbuhan jangka panjang UMKM pedesaan.

Melihat hasil program, berbagai saran diajukan untuk menjamin keberlanjutan. Peserta perlu terus dibimbing agar penerapan keterampilan pemasaran digitalnya berjalan sesuai rencana, dan hal ini akan difasilitasi melalui grup diskusi daring. UMKM perlu mengikuti pelatihan penyegaran rutin agar selalu mendapatkan informasi terkini tentang perangkat dan tren digital. Kerja sama dengan pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan lembaga pendidikan perlu diperkuat agar fasilitasi NIB, dukungan digital, dan keterlibatan mahasiswa dalam program-program mendatang dapat terintegrasi dengan baik. Model Desa Tanjung Agung yang sukses dapat diterapkan di daerah lain melalui materi pelatihan yang telah dikembangkan. Sistem monitoring dan evaluasi yang jelas dan sistematis perlu diterapkan untuk memantau perkembangannya, sementara kolaborasi digital antar pelaku UMKM melalui pemanfaatan pasar bersama dan promosi bersama untuk menjangkau pasar mereka perlu didorong.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang mendukung penyelenggaraan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yakni LPPM Universitas Borneo Tarakan selaku lembaga pemberi dana pengabdian kepada masyarakat. Di samping itu, ucapan terima kasih juga perlu ditujukan kepada mitra pengabdian kepada masyarakat yakni DPMD Kabupaten Bulungan, Desa Tanjung Agung, dan Kelompok KKN 99.

Daftar Pustaka

- Aini, N., Widodo, R., & Nurhayati, S. (2022). Strengthening MSME mindset through digital entrepreneurship mentoring. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 8(2), 145–156. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jpm.v8i2.48706>
- Al-Arsy, M. Z., & Khoirotunnisa, F. (2025). Pembinaan penerapan Nomor Induk Berusaha dalam mendukung pengembangan UMKM di Kelurahan Rungkut Kidul Surabaya. *Jurnal Patikala: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51574/patikala.v5i1.3509>
- Aqham, A., Rajendra, L. H. A. F., Ihsanil Huda, H., Sudirman, B., & Muthohir, M. (2023). Pemanfaatan

- digital marketing di UMKM Kampoeng Jadoel melalui media sosial. *Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 2(4), 2084. <https://doi.org/https://doi.org/10.59841/jurai.v2i4.2084>
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2024). Optimalisasi pemanfaatan digital marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
- Huda, M., Yanto, B., & Mahfud, T. (2020). Empowering rural MSMEs through entrepreneurship and digital literacy education. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 105–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jpe.v9i2.39072>
- Kasyir, S., Febrianti, P., & Tamami, B. (2025). Optimalisasi legalitas usaha melalui penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi pelaku UMKM di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang. *Jurnal Pengabdian Indonesia*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/jpi.v2i1.3648>
- Nugroho, A., & Pratama, D. (2021). The role of business formalization in improving MSME access to finance. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 211–219. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/jpkm.v2i3.117>
- Puspa Nala, D., Hikmah, F., & Qurrotu'aini, N. I. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui legalitas formal: Pendampingan NIB pada Warkop Cak Koyek di Sidoarjo. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.62759/jpim.v2i2.231>
- Putra, I. G., Suryani, M., & Hasan, F. (2022). Enhancing MSME digital marketing capacity through training and mentoring. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Udayana*, 3(1), 45–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/jpkm.2022.v3.i1.p05>
- Rahman, A., Yusuf, M., & Dewantara, M. (2022). Collaborative service models for sustainable MSME empowerment. *Journal of Community Engagement Studies*, 9(1), 30–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.33373/jces.v9i1.5508>
- Rahmawati, D., Santika, R., & Pramono, A. (2023). Strengthening MSME formalization through OSS-RBA digital registration. *International Journal of Research and Community Service*, 7(3), 112–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.47191/ijrcs.v7i3-15>
- Santoso, E., & Dewi, R. (2022). Integrating administrative facilitation with skill development in MSME empowerment. *Journal of Community Empowerment Studies*, 7(2), 99–108. <https://doi.org/https://doi.org/10.31940/jces.v7i2.3209>
- Sari, A., & Nurcahyo, A. (2021). Digital marketing adoption and performance improvement of micro-enterprises. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 3(1), 78–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jpkm.v3i1.14609>
- Setiawan, A., Erikawati, C., Mumtaz, L., & Susilowati, E. (2025). Optimalisasi digital marketing bagi UMKM: Pelatihan digital marketing dan strategi konten di sosial media. *Penamas: Journal of Community Service*, 5(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.53088/penamas.v5i3.2158>
- Suharto, A., & Setiawan, R. (2021). The role of university–community collaboration in rural empowerment. *Journal of Community Engagement Studies*, 7(1), 65–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jces.v7i1.4589>
- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2025). Peranan digital marketing bagi UMKM Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal Generation Journal*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Sumarni, E., & Hartono, P. (2020). Sustaining digital mentoring for community empowerment in rural areas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 421–430. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jpkm.v6i3.27692>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2021). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>
- Winedar, M., Tyas, A. M., & Suprijati, J. (2022). Digital marketing sebagai pendukung sociopreneur UMKM kuliner di Surabaya. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 6(2), 226–236. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jkam.v6i2.20243>
- Wulandari, E., & Susanto, D. (2023). MSME digital transformation readiness in the post-pandemic era. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pendidikan Ganesha*, 24(1), 55–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jpkm.v24i1.52301>