



Pendampingan Pendaftaran NIB (Nomor Induk Berusaha) dan Pelatihan Media Sosial guna Daya Saing Ekonomi melalui Inovasi Produk pada UMKM Desa Sukagalih, Megamendung

Wildan Uyunina Maulida, Ayi Jamaludin Aziz, Endang Silaningsih, Dwi Gemina, Aqsal Maulana Malik, Istiyannah, Regita Rusmawan

(Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor)

e-mail: wildanuyuninamaulida@gmail.com, ayi.jamaludin.aziz@unida.ac.id,
silaningsih.toegino@gmail.com, @dwigemina@gmail.com,
aqsalmaulanamalik@gmail.com, istiyannah005@gmail.com,
regitarusmawan30@gmail.com

Received: 23 August 2023; Revised: 12 October 2023; Accepted: 22 November 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/dikmas.3.4.723-732.2023>

Abstrak

Pelaku UMKM Desa Sukagalih, Kabupaten Megamendung masih perlu peningkatan dalam pengembangan usahanya, para pelaku UMKM ini memerlukan sebuah ide untuk membuat sebuah inovasi produk usahanya yang masih konvensional dan membutuhkan perizinan peningkatan UMKM untuk memperoleh legalitas serta perlindungan hukum pemerintah. Namun, para UMKM di Desa Sukagalih kurang memahami cara mengembangkan usaha dan mekanisme pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui *website Online Single Submission* (OSS). Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan tim KKN-T dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan, meningkatkan pengetahuan dan mendampingi para pemangku UMKM untuk pembuatan NIB melalui web OSS. Terdapat 3 tahapan metode pelaksanaan yang digunakan, yakni sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Pelaksanaan kegiatan meliputi pengajaran teori terkait pengembangan inovasi produk di media social, pengurusan izin usaha dan pendampingan pembuatan legalitas usaha. Hasil dari kegiatan ini adalah para pelaku UMKM di Desa Sukagalih, Megamendung dapat meningkatkan pengetahuannya mengenai penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi, legalitas usaha juga pendaftaran usaha pada lembaga OSS.

Kata Kunci

Pengembangan usaha, inovasi, NIB, Manajemen Pemasaran

Abstract

MSME actors in Sukagalih Village, Megamendung Regency still need to improve their business development. These MSME actors need an idea to create an innovation for their business products which are still conventional and require permits to improve MSMEs to obtain legality and government legal protection. However, MSMEs in Sukagalih Village still have minimal knowledge regarding business development and the mechanism for creating Business Identification Number (NIB) through the Online Single Submission (OSS) website. Community service activities carried out by the KKN-T team were carried out with the aim of introducing, increasing knowledge and assisting MSME stakeholders in making NIB via the OSS website. There are 3 stages of implementation methods used, namely socialization, training and mentoring. Implementation of activities includes teaching theory related to developing product innovation on social media, processing business permits and assisting in creating business legality. The result of this activity is that MSME actors in Sukagalih Village, Megamendung can increase their knowledge regarding the application of science and technology, business legality as well as business registration with OSS institutions.

Key Words

Business development, innovations, NIB, Marketing

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) merupakan salah satu bentuk pendidikan dimana mahasiswa bekerja sama langsung dengan masyarakat untuk mengidentifikasi potensi dan mengatasi permasalahan sehingga diharapkan mampu mengembangkan desa/daerah. merumuskan solusi terhadap permasalahan yang ada di desa. Kegiatan KKNT ini dilaksanakan secara serentak dan terpadu. KKNT ini adalah salah satu perwujudan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa secara multidisiplin, kelembagaan dan kemitraan sebagai wujud Tridharma Perguruan Tinggi UNIDA Bogor yaitu Pancadharmas. Prinsip KKN UNIDA Bogor meliputi keahlian akademik, kewirausahaan dan profesional.

Program KKN tematik merupakan salah satu bentuk pembelajaran yang memungkinkan mahasiswa untuk terjun ke masyarakat dan menjadi agen perubahan khususnya bagi UMKM sehingga mampu menjadikan suatu produk atau jasa jauh lebih bernilai dan berkualitas dibandingkan sebelumnya. Kegiatan KKNT adalah program Kuliah Kerja Nyata yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa menganalisis peluang dan permasalahan masyarakat serta belajar berperan sebagai fasilitator dan pelatih dalam memecahkan permasalahan.

Kampung Coblong, Desa Sukagalih, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor menjadi salah satu sasaran KKN-T tahun 2023 dengan skema “Peningkatan Inovasi Berbasis Kearifan Lokal”. Kantor Desa Sukagalih beralamat di Jl. Cikopo Selatan no. 2 Kelurahan Sukagalih Megamendung. Jumlah penduduk di Desa Sukagalih sebanyak 8.791 jiwa dengan jumlah 4.544 laki – laki dan 4.247 perempuan. Desa Sukagalih memiliki kondisi geografis yang terletak dimana kantor kecamatan Megamendung terletak disebelah selatan dengan jarak 1,5 km satu sama lain dan memiliki komponen pembantu pemerintah terbawah, terdiri dari dua dusun, empat rukun warga (RW), dan dua puluh rukun tetangga (RT). Desa Sukagalih memiliki luas 247,220 ha dan berada di dataran tinggi. Ketinggian dari permukaan laut adalah 900 mdpl, dan suhu udara berkisar antara 27 dan 33 derajat Celcius.

Desa Sukagalih dipilih sebagai wilayah sasaran pelaksanaan KKN tematik sesuai dengan rencana yang dipilih yaitu kewirausahaan dan inovasi karena di desa ini ada banyak UMKM yang dapat berkembang. Menurut (Hutagalung & Hermawan, D. 2018), inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dengan penemuan sebelumnya yang berupa pemikiran dan gagasan yang dapat dikembangkan dan dilaksanakan sehingga manfaatnya nyata.

Melalui survei dan observasi lapangan, pelaku UMKM ditemui kendala seperti: cara menjual produk yang masih dianggap tradisional, desain produk yang tidak kontemporer dan cakupan pemasaran yang terbatas, serta beberapa perusahaan kecil dan menengah yang masih belum memiliki legitimasi komersial yaitu nomor induk perusahaan (NIB). Selain itu, NIB berfungsi sebagai TDP atau tanda daftar perusahaan, Nomor Pengenal Impor/API jika bisnis mengimpor, dan bea cukai jika bisnis mengimpor atau mengekspor barang (Hapsari, 2022).

Oleh karena itu, sekelompok mahasiswa KKN Universitas Djuanda Bogor merumuskan beberapa program kerja yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di Desa Sukagalih, Megamendung. Pelaku UMKM memerlukan sarana pemasaran yang efektif untuk meningkatkan pangsa pasarnya (Puspitarini & Nuraeni,



2019). Jadi, kelompok sasaran dalam hal ini adalah para pemilik UMKM yang dapat meningkatkan potensinya melalui berbagai strategi pengembangan UMKM. Salah satu peluang yang ada adalah potensi teknologi informasi. Teknologi informasi menawarkan banyak manfaat bagi usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan produktivitas dan kegiatan pemasarannya. Selain itu, UMKM juga mempunyai peluang lebih besar untuk menjalin kerja sama dengan UKM lainnya (Priambada, 2015).

Metode Pelaksanaan

Terkait permasalahan masyarakat setempat yang kami terima berdasarkan analisis kegiatan survei yang dilakukan, tim pengabdian kami sepakat untuk melaksanakan berbagai bentuk program kerja, antara lain:

Program utama:

1. Sosialisasi inovasi produk yang akan dilakukan
 - a. Diskusi dengan pihak desa beserta para pelaku UMKM
 - b. Survei kondisi kelompok UMKM warga lokal
 - c. Mengkomunikasikan pentingnya Penguatan UMKM melalui inovasi produk dengan kearifan lokal
2. Pelatihan dan implementasi branding, desain kemasan dan gambar produk
 - a. Cari tahu kondisi produksi UMKM lokal
 - b. Analisis produk UMKM lokal terkait inovasi produk yang akan dilakukan
 - c. Sosialisasi melalui kemasan produk dan foto yang menarik
 - d. Pelatihan cara membuat kemasan dan produk yang menarik
3. Pendampingan pengenalan ilmu pengetahuan dan teknologi pada 2 UMKM
 - a. Sosialisasi pembuatan jejaring sosial dan aplikasi penjualan online kepada 2 UMKM lokal
 - b. Pelatihan pembuatan jejaring sosial dan aplikasi penjualan online untuk 2 kelompok UMKM lokal

Program Tambahan: Optimalisasi Legalitas UMKM

1. Pendampingan pendaftaran NIB
 - a. Memberikan pelatihan dan pendampingan daftar NIB secara online di OSS

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan didapatkan hasil bahwa digitalisasi ekonomi dan inovasi produk secara umum berjalan sesuai rencana. Pemasaran media sosial adalah strategi melakukan kegiatan pemasaran melalui aplikasi online seperti Facebook, Twitter dan YouTube (Untari & Fajariana, 2018.. Sebelum melaksanakan kegiatan ini, mahasiswa KKN melakukan survei terhadap UMKM di Desa Sukagalih. Masih banyak UMKM yang melakukan jual beli secara konvensional dan menggunakan metode *word of mouth communication* (WOA). Hal ini disebabkan karena banyak pengusaha yang memiliki keterbatasan modal, kurangnya pemahaman tentang cara kerja media sosial, dan kurangnya peralatan pendukung elektronik yang memadai. Dengan hal itu, Tim KKN-T Universitas Djuanda Bogor melakukan Sosialisasi mengenai inovasi produk yang telah dilakukan melalui pendampingan bersama pelaku UMKM yakni pada UMKM Enye Ibu Aroh dan UMKM Rengginang Ibu Uu.

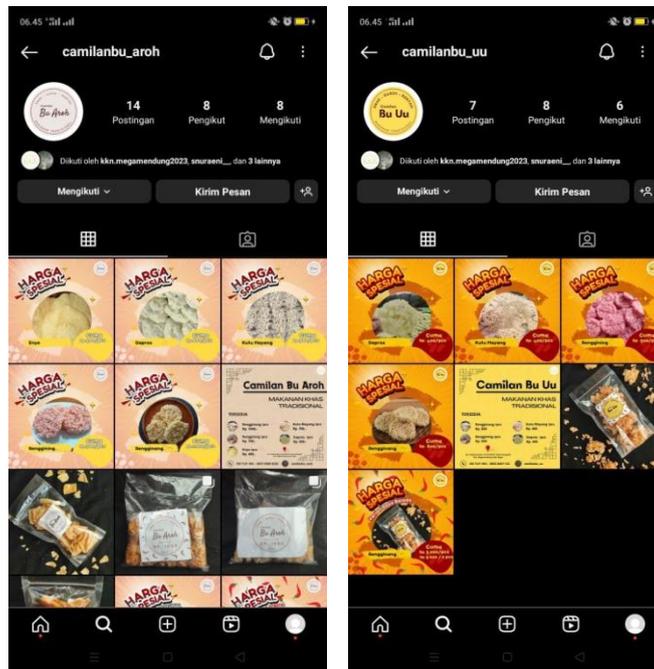


Gambar 1. Sosialisasi Inovasi Produk

Sosialisasi ini bertujuan agar masyarakat Desa Sukagalih mengetahui pentingnya mengembangkan sebuah usaha melalui inovasi yang dilakukan di media sosial. Salah satu bentuk inovasi yang dilakukan adalah membentuk cemilan enye dan rengginang menjadi bentuk *chips* dengan berbagai varian rasa agar dapat menarik konsumen khususnya anak kecil sampai kalangan remaja. Karena cemilan enye dan rengginang biasanya dikonsumsi hanya oleh orang dewasa sebagai santapan saat bertamu maupun menjamu.



Gambar 2. Inovasi UMKM



Gambar 3. Hasil Pelatihan Media Sosial pada UMKM

Tahap berikutnya adalah sekaligus Tahap pertama memberikan dukungan dalam menghasilkan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi pemangku kepentingan UMKM. Pada kegiatan ini tim KKN kami menjelaskan tentang Nomor Induk Berusaha (NIB), urgensi pembuatan NIB untuk UMKM dan manfaat memiliki NIB bagi UMKM. Usai sosialisasi, kami menawarkan bantuan untuk pembuatan NIB apa saja persyaratan yang dibutuhkan untuk mendaftar NIB.



Gambar 4. Pendampingan persyaratan pembuatan NIB

Langkah kedua adalah pembuatan NIB bagi pelaku UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan secara mandiri oleh kelompok KKN-T. Data yang dikumpulkan untuk membuat NIB berasal dari 2 pemangku kepentingan UMKM. Enye Ibu Aroh dan UMKM Ibu Uu yang berasal dari RT 05/RW 01 Desa Sukagalih, Megamendung. Pembuatan

NIB memerlukan waktu dua hari dan tidak memerlukan waktu yang lama jika jika informasi yang dikumpulkan sudah lengkap dan valid. Sesudah informasi terkumpul, langkah selanjutnya adalah mendaftarkan hak akses usaha mikro dan kecil dengan membuat akun melalui OSS. Langkah-langkah untuk membuat hak akses adalah sebagai berikut::

1. Masuk halaman <https://oss.go.id/>
2. Tekan "Daftar" di kanan atas halaman.
3. Pilih besaran usaha UMKM (jika modal usaha Anda sampai dengan Rp 5 Miliar).
4. Pilih jenis pelaku usaha UMKM berdasarkan status usahanya. Ada dua jenis pengusaha yaitu perorangan atau perusahaan yang kemudian mengisi formulir pendaftaran yang diberikan
5. Informasi yang harus diisi adalah nomor ponsel yang terkait dengan WhatsApp dan alamat email aktif
6. Klik "Kirim kode verifikasi melalui email" untuk menerima kode verifikasi melalui email
7. Masukkan kode verifikasi yang dikirimkan melalui email
8. Kemudian masukkan nama lengkap sesuai KTP, buat password baru, ulangi password dan klik "Konfirmasi".
9. Masukkan informasi pengusaha (NIK, jenis kelamin, tanggal lahir, alamat sesuai KTP, provinsi, kabupaten/kota, kecamatan dan kelurahan/desa sesuai KTP), lalu pilih disclaimer dan klik "Daftar".
10. Registrasi berhasil dan hak pengguna dapat digunakan untuk mengakses sistem OSS. Setelah langkah pendaftaran hak pengguna selesai, langkah selanjutnya adalah mendaftarkan perusahaan untuk pameran NIB. Berikut langkah-langkah pendaftarannya:
 1. Buka halaman <https://oss.go.id/>
 2. Tekan "Masuk" di kanan atas halaman.
 3. Input *username* dan *password* serta captcha yang ada lalu klik tombol "Login".
 4. Tekan menu "Perizinan Usaha" lalu pilih "Permohonan Baru".
 5. Lengkapi data pelaku usaha, data bidang usaha, data detail bidang usaha, data produk/jasa bidang usaha
 6. Setelah selesai, tinjau daftar produk/jasa, data usaha dan kegiatan usaha.
 7. Peninjauan dan penyelesaian dokumentasi izin lingkungan (KBLI/wilayah usaha tertentu)
 8. Pahami "pernyataan diri" lalu centang
 9. Tinjau dengan cermat draft perizinan berusaha sebelum menerbitkannya
 10. Izin Usaha/NIB telah berhasil diterbitkan



Gambar 5. Proses Pembuatan NIB Pelaku UMKM



Gambar 6. Penyerahan NIB kepada Pelaku UMKM

Langkah ketiga adalah mencetak Nomor Induk Berusaha (NIB) yang berhasil didaftarkan dan menyerahkannya kepada pelaku UMKM yaitu Ibu Aroh dan Ibu Uu. Kegiatan pengadaan NIB pelaku UMKM dilakukan selama 1 (satu) hari. Tim KKN kami juga telah melampirkan *username* dan *password* akun NIB agar pelaku UMKM dapat mengakses akun tersebut ketika memperbarui informasinya.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 1608230119361

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	10794	Industri Kerupuk, Keripik, Peyek Dan Sejenisnya	KP,COBLONG,004/001, Desa:Kelurahan Sukagalih, Kec. Megamendung, Kab. Bogor, Provinsi Jawa Barat Kode Pos: 16770 Usaha Mikro berjalan sejak Februari 1987	Rendah	NIB	terbit	

- Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
- Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (KL).
- Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
- Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.

2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSE-BSSN.

4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 1508230140901

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- Nama Pelaku Usaha : AROH
- Alamat : KP. COBLONG, Desa/Kelurahan Sukagalih, Kec. Megamendung, Kab. Bogor, Provinsi Jawa Barat
- Nomor Telepon Seluler : +
- Email : cemilambuaroh77@gmail.com
- Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) : Lihat Lampiran
- Skala Usaha : Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran peserta jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 15 Agustus 2023

Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 15 Agustus 2023

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.

2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSE-BSSN.

4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Gambar 7. Salah Satu Bentuk NIB Pelaku UMKM RW 01

Penyerahan NIB kepada 2 pelaku UMKM diterima baik oleh Ibu Aroh dan Ibu UU. Kedua para pelaku UMKM ini sangat antusias dengan memiliki NIB, Tim KKN-T pun memberikan penegasan bagi kedua para pelaku UMKM bahwasanya Pembentukan NIB penting karena menjadi titik awal pemrosesan persetujuan lainnya, termasuk sertifikasi Halal. Pelaku UMKM sudah memiliki NIB berarti usahanya sudah formal karena terdaftar di database. Jika sudah terdata maka bisnis akan lebih mudah berkembang. Salah satunya adalah UMKM dapat berpartisipasi dalam pembelian barang dan jasa publik. Perusahaan yang Anda dirikan legal dan memudahkan penanganan masalah administratif. Karena dengan data UMKM yang terdaftar Secara administratif, pemerintah dapat dengan mudah membentuk program untuk mendukung UMKM secara tepat sasaran sesuai kebutuhannya dan memberikan kemudahan akses kepada komunitas resmi terkait dengan bisnis UMKM yang dijelankannya.

Pembahasan

Pesatnya perkembangan teknologi berdampak pada perekonomian modern. Pemasar menghadapi tekanan dan tuntutan yang berbeda untuk menjalankan bisnis yang kreatif dan inovatif serta meminimalkan biaya operasional sambil menjalankan bisnis yang baik. Ujung tombak arus kas suatu perusahaan adalah penjualan atau pendapatan produk atau jasa yang dimiliki dan diminati pasar. Dengan kemajuan teknologi, para pengusaha mulai memikirkan metode pemasaran yang efektif dan efisien untuk bersaing



dalam bisnis modern. Salah satu alat pemasaran yang dapat digunakan adalah pemasaran berbasis media sosial.

Menurut (Kotler dan Keller, 2016), media sosial digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, meningkatkan citra produk dan pada akhirnya meningkatkan penjualan. Media sosial berbasis teknologi internet dapat menyebarkan informasi dari satu orang ke banyak orang. Digitalisasi pemasaran berbasis media sosial memungkinkan perubahan perilaku konsumen untuk menerapkan proses permintaan dan pengiriman barang dan jasa secara tradisional ke arah online. (Situmorang, 2016) menyatakan bahwa perusahaan harus mampu memahami pemanfaatan teknologi informasi secara efektif untuk mencapai tujuan organisasi dan bersaing dengan pesaing lainnya.

(Rosli, 2012) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif UMKM sangat bergantung pada kapabilitas UMKM dalam mengantisipasi globalisasi. Kapabilitas dinamis, inovasi dan indikator peringkat global digunakan untuk mengukur keunggulan kompetitif UMKM. Fungsi dinamis meliputi manajemen bisnis, sumber daya manusia, dan pemasaran yang merupakan fungsi sumber daya yang dimiliki oleh organisasi. Mendorong *demand* pelanggan dan meningkatkan belanja iklan, memungkinkan konsumen mendapatkan harga yang lebih kompetitif, memaksa UMKM untuk aktif menggunakan pemasaran digital dan media sosial, sehingga pelanggan membeli produk UMKM dari mana saja (Siswanto, 2013).

Menurut Sari, Mandey & Soegoto (Bismala Lila et. al., 2018), dalam ruang lingkup bisnis saat ini dimana jumlah pendatang baru mendominasi pasar, perusahaan harus bisa memanfaatkan sumber daya yang ada untuk berkompetitif dengan kesuksesan baru. Sebuah perusahaan penting untuk mengamati kelemahan persaingan sebagai bagian analisis SWOT. Kerentanan dapat diidentifikasi dengan cara yang teramat banyak, misalnya melalui intelijen pemasaran. Banyak UMKM yang tidak unggul dalam memasarkan sebuah produknya. Melalui UMKM yang berhasil dalam pemasaran, sudah dipastikan akan mempengaruhi hasil penjualan. Untuk mencapai keunggulan pasar, UMKM harus mampu menciptakan citra merek yang mencerminkan identitas, kualitas produk, dan yang terpenting, inovasi.

Inovasi merupakan kunci keberhasilan dalam persaingan bisnis. Ide-ide baru dan metode bisnis baru menjadi dua pilar utama yang menjamin keberlangsungan bisnis di masa depan. Tanpa inovasi, perusahaan akan tertinggal.

Simpulan

Terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kampung Cobleng Desa Sukagalih mendorong UMKM memahami pentingnya inovasi dan legitimasi usaha serta pembuatan NIB guna mengembangkan usaha. Sosialisasi, pelatihan dan pendampingan NIB melalui website OSS berjalan baik dan mendapat respon positif dari para pemangku UMKM. Berdasarkan hasil tindakan yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Mendampingi para pelaku UMKM mengembangkan bisnis produknya melalui inovasi untuk menjangkau pasar yang lebih luas
2. Masyarakat bisa paham bagaimana teknik pemasaran melalui sosial media serta bisa menggunakan dan memilih sosial media yang tepat agar produk yang ditawarkan itu laku serta mendapatkan minat pembeli.

3. Meningkatkan pengetahuan terkait NIB dan OSS dan manfaat yang diperoleh dalam pembuatan legalitas usaha
4. Memahami secara mandiri pembuatan NIB melalui jaringan OSS.
5. Ketersediaan bagi pemangku UMKM guna mendaftarkan perusahaannya ke lembaga OSS
6. Setelah melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan Tim KKN-T pemangku UMKM memiliki NIB dan sertifikat izin, serta usahanya terdaftar di lembaga OSS.

Daftar Pustaka

- Hutagalung, & Hermawan, D. (2018). *Membangun Inovasi Pemerintah Daerah*. Deepublish.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Mahmood, Rosli, & Norshafizah Hanafi. (2013). Entrepreneurial Orientation And Business Performance Of Women- Owned Small and Medium Entreprises in Malaysia: Competitive Advantage as a Mediator. *International Journal Of Business and Social Science, Vol. 4 No. 1*.
- Novita, L., Eddiyanto, & Situmorang, M. (2016). The Development of Innovative Colloidal Chemistry Teaching Module for XI Class Senior High School Based on Project Based Learning. *Jurnal Pendidikan Kimia, Vol 8 No 3*.
- Priambada, S. (2015). *Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah, dalam Jurnal Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*.
- Sari, Rindang Lista, Mandey Silvyva, Soegoto, & Agus Supandi. (2014). Citra Merek, Harga dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal EMBA. 2*.
- Untari, D., & Dewi Endah Fajarjana. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur_Batik. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen , Vol. 2 No. 2*.