

Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi, Media Promosi, dan Sertifikasi Halal

Zavira Nurul Zahra¹, Muhammad Addin Thubazzainun², Axse Subur Prayoga³,
Muhammad Rizqi Firmansyah⁴, Muhammad Baha Uddin Subakti⁵, Muhammad Fahmi
Mi'rojuddin⁶, Yunita Rara Nurfitri⁷, Siti Rohayatun⁸, Aulia Himatus Syecha⁹, Farisa Nuril
Ashofa¹⁰, Hilya Labibah Hamidah Ahnafiyah¹¹, Luluatun Nada Auna¹², Tria Nurjanah¹³,
Aniyatur Rohmah¹⁴, Elok Nihayatun Ni'mah¹⁵, Frisca Junior, Melynia¹⁶, Khalimatus
Sahdiyah¹⁷, Surahmat¹⁸
UIN Syekh Wasil Kediri
surahmat777@gmail.com¹⁸

Article Info

Volume 3 Issue 3
September 2025

DOI :
10.30762/welfare.v3i3.2691

Article History

Submission: 21-09-2025
Revised: 23-09-2025
Accepted: 25-09-2025
Published: 27-09-2025

Keywords:

Digitalization,
Promotional Media, Halal
Certification, NIB

Kata Kunci:

Digitalisasi, Media
Promosi, Sertifikasi halal,
NIB



Copyright © 2025 Zavira Nurul Zahra,
Muhammad Addin Thubazzainun, Axse
Subur Prayoga, Muhammad Rizqi
Firmansyah, Muhammad Baha Uddin
Subakti, Muhammad Fahmi Mi'rojuddin,
Yunita Rara Nurfitri, Siti Rohayatun,
Aulia Himatus Syecha, Farisa Nuril
Ashofa, Hilya Labibah Hamidah
Ahnafiyah, Luluatun Nada Auna, Tria
Nurjanah, Aniyatur Rohmah, Elok
Nihayatun Ni'mah, Frisca Junior,
Melynia, Khalimatus Sahdiyah, Surahmat

Welfare: Jurnal Pengabdian
Masyarakat is licensed under a Creative
Commons Attribution-Share Alike 4.0
International License.

Abstract

The Community Service Program (KKN) of UIN Syekh Wasil Kediri in Ngino Village aims to improve the capabilities of UMKM using digitalization, media promotion, and halal certification approaches. Ngino Village has potential in agriculture and UMKM, but still faces difficulties in marketing and business legality. Using the Participatory Action Research (PAR) method, the KKN 87 team assisted UMKM in creating Shopee accounts, Instagram business accounts, marking locations on Google Maps, and creating promotional media such as business banners. In addition, assistance was also provided in the process of processing Business Identification Numbers (NIB) and halal certification through the OSS and SiHalal systems. The results of this activity show that UMKM are better prepared to compete in the digital era, have official legality, and can market their products more widely and professionally. This empowerment not only improves the technical skills of business actors but also strengthens branding and consumer trust in local products. This activity demonstrates that collaboration between students, technology, and the community can encourage the sustainable development of UMKM.

Abstrak

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) UIN Syekh Wasil Kediri di Desa Ngino bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dengan menggunakan pendekatan digitalisasi, promosi media, dan sertifikasi halal. Desa Ngino memiliki potensi dalam bidang pertanian dan UMKM, namun masih mengalami kesulitan dalam pemasaran dan legalitas usaha. Dengan metode Participatory Action Research (PAR), tim KKN 87 membantu pelaku UMKM dalam membuat akun Shopee, Instagram bisnis, menandai lokasi di Google Maps, dan membuat media promosi seperti banner usaha. Selain itu, juga dilakukan pendampingan dalam proses pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal melalui sistem OSS dan SiHalal. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM menjadi lebih siap untuk bersaing di era digital, memiliki legalitas yang resmi, serta bisa memasarkan produk dengan lebih luas dan profesional. Pemberdayaan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis pelaku usaha tetapi juga memperkuat branding dan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal. Kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa, teknologi, dan masyarakat bisa mendorong perkembangan UMKM yang berkelanjutan.

1. PENDAHULUAN

Ekonomi adalah elemen vital dalam kehidupan masyarakat Indonesia, sehingga keberadaan UMKM sangat krusial untuk mendukung pertumbuhan ekonomi.(Akmal et al., 2024) Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM merupakan aktivitas ekonomi yang banyak dijalankan oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan penghasilan. Informasi dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2015) menunjukkan bahwa di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan

Korespondensi:

Zavira Nurul Zahra
zaviranurulzahra@gmail.com

menengah (UMKM) berkontribusi sebesar 90%, sedangkan usaha besar hanya mencakup 10%.(Suyadi et al., 2018) Meskipun UMKM bukan perusahaan besar, di Indonesia usaha mikro, kecil, dan menengah berperan penting dalam menggerakkan perekonomian masyarakat, dan dapat bertahan meskipun ada perubahan dalam ekonomi global.(Miranda & Amalia, 2024)

Desa Ngino, yang berada di Kecamatan Plemahan dalam Kabupaten Kediri di Provinsi Jawa Timur, adalah area yang terkenal dengan kekuatan dalam pertanian. Di desa ini, kegiatan ekonomi sebagian besar berasal dari sektor pertanian, di mana mayoritas warga berprofesi sebagai petani dan pengusaha kecil. Produk-produk UMKM yang ada di sini mencakup Home Industri Roti Paris, keripik tempe, warung rujak, Home Industri berbagai jenis cireng, serta Home Industri aneka risol, yang tidak hanya memenuhi permintaan lokal, tetapi juga berpotensi untuk dijual di pasar yang lebih luas.

Di era globalisasi, teknologi berkembang pesat, yang menyebabkan pergeseran dalam kehidupan sosial. Banyak aspek kehidupan manusia mengalami transformasi signifikan, yang memengaruhi aspek sosial dan ekonomi. Perubahan ini didorong oleh pesatnya perkembangan dunia digital. Salah satu perkembangan yang nyata adalah pergeseran tren pemasaran dari metode luring ke pendekatan daring.(Mirfaqo et al., 2024) Salah satu aspeknya adalah digitalisasi. Digitalisasi merupakan langkah penting untuk menggunakan teknologi digital, dan sekarang ini tidak hanya terfokus pada pemasaran, tetapi juga mencakup semua proses dalam bisnis. Di era modern saat ini, para pelaku bisnis harus menjalankan aktivitas mereka secara online, seperti memesan bahan baku lewat internet, serta mempromosikan dan menjual produk di berbagai platform digital.

Dalam konteks pengabdian masyarakat melalui KKN UIN Syekh Waasil, mahasiswa ikut berperan penting dalam mendukung digitalisasi UMKM di daerah tersebut. Beberapa kontribusi yang mereka lakukan meliputi pembuatan banner promosi, penambahan lokasi usaha di Google Maps untuk memudahkan konsumen menemukan tempatnya, dan membantu pemilik usaha dalam membuat akun di Shopee dan Instagram sebagai cara pemasaran digital yang efisien dan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan.

Selain itu, para siswa KKN juga menawarkan pendidikan serta pendampingan mengenai cara sertifikasi halal, dan diingatkan untuk tidak hanya memusatkan perhatian pada pembuatan label produk, yang dimaksudkan untuk memperindah kemasan. Mereka juga membantu dalam proses pengurusan dokumen resmi seperti Izin Usaha (NIB) dan sertifikat halal.(Nanik Lestarningsih, 2023) Sangat krusial untuk membangun kepercayaan dari konsumen dan memperkuat persaingan produk di pasar digital. Selain masalah legalitas usaha, satu tantangan besar yang dihadapi oleh pelaku UMKM, terutama di sektor makanan dan minuman, adalah kewajiban untuk memperoleh sertifikasi halal.(Dhafa Irvani et al., n.d.) Oleh sebab itu, program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN UIN Syekh Waasil telah memberikan dampak yang besar dalam membantu digitalisasi UMKM. Ini terutama bertujuan untuk meningkatkan manajemen pemasaran, membuka akses pasar, dan memperkuat identitas produk dengan cara yang digital, terpadu, dan berkelanjutan.(Laziva et al., 2024)

2. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dikenal sebagai metode PAR (Partisipatif Aksi Penelitian). Penelitian Aksi Partisipatif adalah metode yang sering dihubungkan dengan evaluasi diri suatu institusi, di mana pihak yang diteliti berpartisipasi langsung dengan peneliti yang berpengalaman. Metode PAR fokus pada peningkatan kapasitas masyarakat. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pemberdayaan mampu memenuhi kebutuhan serta menyelesaikan masalah yang ada di komunitas.(Tanashur et al., 2024)

Kerjasama antara peneliti dan masyarakat dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Biasanya, peneliti memiliki kekuasaan penuh dalam penelitian, sehingga ada ketimpangan antara peneliti dan masyarakat. Peneliti menghadirkan program yang telah direncanakan sebelumnya. Sebaliknya, Penelitian Tindakan Partisipatif (PAR) menciptakan jaringan dan struktur sosial bersama masyarakat melalui umpan balik, refleksi, distribusi kekuasaan, dan proses pembelajaran untuk membangun kepercayaan. PAR mempelajari kondisi di masyarakat dengan memanfaatkan kearifan lokal, bukan hanya mengandalkan pengetahuan dari luar komunitas. Dalam konteks ini, masyarakat berfungsi sebagai subjek dalam penelitian, bukan sekadar objek. PAR juga berusaha untuk memahami masalah secara langsung dari masyarakat. Penelitian PAR didasarkan pada kebutuhan yang nyata di masyarakat.(Siswandi, 2024)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sentral KKN 87 UIN Syekh Wasil Kediri di Desa Ngino berlangsung dari 05 Juli 2025 hingga 18 Agustus 2025. Tujuan dari program ini adalah untuk memperkuat komunitas, khususnya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks ini, pemberdayaan diartikan sebagai peningkatan kemampuan warga melalui penyebaran informasi, motivasi, dan keterlibatan aktif yang mendorong masyarakat, terutama para pelaku UMKM, untuk menjadi lebih mandiri, berkompetisi, dan mampu mengambil keputusan dalam pengelolaan bisnis mereka.

Tujuan utama dari kegiatan pemberdayaan ini adalah untuk memperbaiki taraf hidup dan ekonomi masyarakat desa. Dengan melakukan pengamatan dan bekerja sama dengan aparat desa serta kelompok pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), tim KKN 87 menyusun berbagai program yang sesuai dengan kebutuhan setempat. Program ini fokus pada pendampingan usaha dalam digitalisasi, pembuatan media promosi seperti spanduk, dan juga membantu proses perizinan usaha serta sertifikasi halal melalui lembaga yang berwenang.

Dengan cara yang melibatkan semua pihak, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan potensi UMKM di Desa Ngino agar lebih terkenal, memiliki izin usaha yang sah, serta dapat bertahan dan tumbuh di era ekonomi digital. (muhamatul, agmad rafli syaifuddin, muhammad khairil, prayoga, diana mutia anggraeni Nanik Lestarringsih, 23 C.E.)



Gambar 1. Hasil pengabdian

Digitalisasi adalah proses mengubah informasi yang awalnya tidak digital menjadi bentuk yang digital. Jika suatu UMKM menggunakan data digital ini untuk mengembangkan usaha, mendapatkan pendapatan, atau mempermudah beberapa proses bisnis, hal ini disebut sebagai digitalisasi. (Yunaningsih et al., 2021) Adapun digitalisasi pada UMKM Desa Ngino Oleh tim KKN 87 UIN Syekh Wasil Kediri yaitu :

a. Pembuatan Titik Google Map

Salah satu layanan daring yang dapat dimanfaatkan oleh mitra UMKM melalui perangkat seluler atau situs web adalah Google Maps. Dalam aspek teknologi informasi dan geospasial, Google Maps merupakan alat yang amat penting. Peta interaktif yang ditawarkan Google Maps memberikan manfaat besar dalam hal navigasi, pemetaan, dan penentuan lokasi. Peta digital yang diciptakan oleh Google Maps tidak hanya menunjukkan informasi geografis, tetapi juga memudahkan akses, mendukung keputusan yang lebih baik, dan memungkinkan kolaborasi yang lebih efektif.

Sebelum tim KKN 87 UIN Syekh Wasil membuat Google Maps, mereka terlebih dahulu mengunjungi tempat UMKM untuk mengumpulkan data tentang usaha tersebut. Untuk membuat titik lokasi di Google Maps, aplikasi Google harus diunduh pada perangkat pintar. Selanjutnya, pemilik UMKM perlu membuat akun Google Bisnis. Setelah langkah itu, titik lokasi dapat ditambahkan di aplikasi dengan memastikan koordinat yang akurat. Proses pendaftaran ini membutuhkan beberapa langkah sebagai berikut: Buka aplikasi Google Maps di ponsel pintar Anda (pastikan untuk memperbarui aplikasi jika diperlukan).

- 1) Setelah Google Maps terbuka, tekan lingkaran yang ada di sisi kanan untuk mendeteksi lokasi Anda. Lihat tampilan aplikasi Google Maps dalam Gambar 4a.
- 2) Setelah satelit mendeteksi lokasi Anda, klik gambar di bagian kanan atas. Selanjutnya, pilih menu "satelit" untuk mengubah peta menjadi terlihat lebih nyata.
- 3) Kemudian, agar lokasi yang ingin ditentukan menjadi titik yang jelas, Anda dapat memperbesar tampilan di Google Maps. Peta yang lebih realistis terlihat dalam Gambar 4b.
- 4) Setelah yakin lokasi yang dituju benar, sentuh area tersebut. Poin merah akan muncul di layar ponsel Anda. Untuk memastikan akurasi lokasi usaha, periksa gambar di bagian kiri bawah (klik gambar itu). Tampilan dari lokasi usaha bisa dilihat pada Gambar 4c.

- 5) Geser kursor ke bagian atas untuk menambahkan lokasi. Panduan untuk menambah tempat UKM tersedia di Gambar 4d. Di bagian ini, Anda dapat menuliskan informasi tentang usaha, seperti nama tempat, kategori usaha, dan lokasi. Anda juga bisa menambahkan “detail lain” seperti jam operasional, kontak, serta informasi usaha lainnya.
- 6) Setelah itu, klik kirim atau ‘Submit’.
- 7) Periksa akun Gmail Anda. Jika data sudah berhasil masuk, Anda akan menerima email beserta petunjuk selanjutnya.
- 8) Lokasi usaha yang Anda tambahkan di Google Maps akan muncul di peta aplikasi setelah 24 jam secara otomatis. (Sahetapy et al., 2024)

b. Pembuatan Akun Shopee

Keuntungan dari berbisnis di Shopee mencakup akses pasar yang luas, adanya dukungan sistem yang kuat dari Shopee, serta kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi yang diberikan, sehingga konsumen lebih mudah berbelanja. Tim KKN 87 UIN Syekh Wasil melakukan salah satu langkah untuk mengimplementasikan digitalisasi di Desa Ngino dengan memberikan bantuan untuk pembuatan akun Shopee bagi para pelaku UMKM. Aktivitas ini adalah respons terhadap masalah yang dihadapi oleh mitra UMKM yang belum memanfaatkan platform marketplace untuk memasarkan produk mereka.

Berdasarkan pengamatan awal, tampak bahwa banyak pelaku UMKM di Desa Ngino masih menerapkan cara pemasaran tradisional atau menggunakan media sosial seperti WhatsApp. Namun, mereka belum memanfaatkan e-commerce yang menawarkan fitur-fitur yang lebih lengkap seperti sistem pemesanan otomatis, manajemen inventaris, dan jangkauan nasional. Hal ini menjadi peluang bagi Tim KKN 87 untuk memberikan pelatihan teknis dan dukungan langsung dalam pembuatan akun Shopee dengan cara mendatangi lokasi UMKM. Adapun proses pembuatan akun shopee yaitu : (Yudha et al., n.d.)

- 1) Download Aplikasi Shopee, 2) Akses Play Store (untuk Android) atau App Store (untuk iOS), 3) Cari aplikasi “Shopee”, kemudian unduh dan pasang aplikasinya. 4) Buat Akun Baru. 5) Buka aplikasi Shopee. 6) Klik tombol “Daftar”. 7) Pilih cara pendaftaran (melalui nomor telepon, email, atau akun Google). 8) Masukkan kode verifikasi (OTP) yang diterima di nomor/email. 9) Buat username dan password. 10) Aktifkan Toko di Shopee Seller Center. 11) Akses situs: <https://seller.shopee.co.id> 12) Masuk menggunakan akun Shopee yang baru saja dibuat. 13) Isi detail toko: Nama toko, Deskripsi toko, Logo atau foto toko, Alamat toko/pengiriman, Tambah Produk. 14) Klik pada menu “Produk Saya” lalu pilih “Tambah Produk Baru”. 15) Isi data produk: Nama produk, Kategori produk, Foto produk (minimal 3 foto dari beragam sudut), Deskripsi produk, Harga dan jumlah stok, Berat dan ukuran untuk pengiriman. 16) Simpan dan publikasikan. 17) Atur Pengiriman. 18) Akses menu “Pengaturan Pengiriman”. 19) Pilih layanan ekspedisi yang digunakan (JNE, J&T, SiCepat, dll.). 20) Aktifkan layanan Gratis Ongkir Shopee (pilihan). 21) Atur Pembayaran (Tambahkan rekening bank pribadi/pemilik usaha untuk menerima pembayaran dari Shopee). 22) Mulai Berjualan 23) Setelah semua langkah selesai, toko siap untuk menerima pesanan. 24) Notifikasi pesanan akan muncul, memungkinkan penjual untuk langsung memprosesnya melalui aplikasi.

c. Pembuatan Akun Medsos (Instagram)

Salah satu pendekatan yang diambil oleh Tim KKN UIN Syekh Wasil untuk mendukung UMKM di Desa Ngino adalah dengan membantu mereka membuat akun Instagram untuk kegiatan pemasaran. Berdasarkan pengamatan, banyak pelaku UMKM yang belum memiliki akun bisnis Instagram untuk memperkenalkan produk mereka. Namun, Instagram merupakan salah satu platform yang sangat efektif untuk membangun citra produk dan menarik perhatian konsumen secara visual. Dalam rangka ini, mahasiswa memberikan bimbingan kepada pengusaha mulai dari pembuatan akun, pemilihan nama pengguna yang sesuai dengan produk atau bisnis, hingga pengaturan profil seperti foto profil, deskripsi singkat, dan informasi kontak. Tim KKN juga memberikan pelatihan singkat tentang cara membuat konten promosi menarik, yang meliputi penggunaan foto produk berkualitas, penulisan caption yang menarik, serta pemilihan tagar yang tepat agar jangkauan postingan menjadi lebih luas. Selain itu, pelaku UMKM diajari untuk memanfaatkan fitur Instagram Story, Highlight, dan Reels agar mereka dapat memperkenalkan produk dengan metode yang kreatif dan interaktif. Aktivitas ini memberikan pelaku UMKM keterampilan baru dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang lebih luas, efektif, dan ramah anggaran. Hasil awal menunjukkan adanya peningkatan antusiasme pelaku UMKM untuk lebih aktif dalam mempromosikan produk mereka secara digital melalui Instagram, serta mulai memahami pentingnya membangun branding usaha di era digital ini. (Ardica Karunia Pradana et al., 2024)

Gambar 1. Pembuatan akun Instagram

Pemberdayaan dengan cara membuat banner merupakan salah satu cara penting untuk meningkatkan daya tarik serta profesionalisme usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim KKN 87 UIN Syekh Wasil yang berada di Desa Ngino aktif dalam menciptakan media promosi bagi UMKM melalui pembuatan banner. Melalui survei dan pengamatan yang dilakukan, ditemukan bahwa banyak pelaku UMKM di Desa Ngino masih belum menggunakan promosi visual dengan baik. Sebagai contoh, warung makan dan industri rumahan sering kali tidak memiliki banner yang menarik dan informatif, sehingga identitas usaha mereka kurang dikenal oleh masyarakat.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, kelompok KKN membentuk tim yang terdiri dari mahasiswa yang ahli dalam desain. Mereka lalu melakukan penelitian guna mengetahui apa saja yang dibutuhkan untuk promosi visual oleh setiap pelaku UMKM. Data yang diperoleh dari penelitian ini dipakai untuk menciptakan desain banner yang tidak hanya mencantumkan nama serta produk, tetapi juga informasi penting seperti kontak, lokasi, dan elemen visual yang mencerminkan karakternya. Proses merancang dilakukan secara kerja sama, melibatkan pemilik usaha di setiap tahap mulai dari pembuatan konsep sampai revisi akhir, sehingga hasil akhirnya dapat memenuhi harapan mereka.

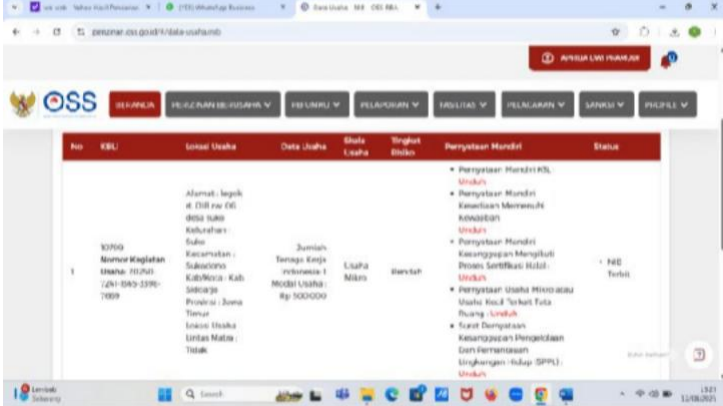
Banner dibuat menggunakan aplikasi Canva, yang memungkinkan tim untuk mendesain visual yang tampak profesional dengan template dan elemen desain yang mudah diakses. Saat mencetak banner, penting untuk memperhatikan kualitas bahan agar tahan terhadap cuaca dan tetap menarik dalam waktu lama. Tahap terakhir adalah memasang banner di lokasi strategis di sekitar usaha untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pengunjung. Melalui kegiatan ini, Tim KKN 87 tidak hanya membantu memperbaiki citra visual UMKM, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk mereka dengan cara yang menarik dan terbuka. Upaya ini menjadi bagian penting dari transformasi digital dan branding lokal yang sesuai dengan kebutuhan UMKM di era persaingan modern.(Sarjanawiyata Tamansiswa et al., 2024)

Sertifikasi halal bertujuan utama untuk melindungi hak-hak konsumen, khususnya bagi umat Islam. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi kelayakan suatu produk dalam mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal memiliki peranan penting, khususnya bagi konsumen, pelaku usaha, serta pemerintah. Selain menghilangkan keraguan konsumen mengenai kehalalan produk, sertifikat ini juga memastikan penggunaan bahan baku yang sesuai agar tidak merugikan konsumen dan menjaga kualitas produk itu sendiri.(Qotrun Nadya et al., 2023) Adapun proses pembuatan sertifikasi halal yaitu :

a. Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Dalam rangka membantu para pelaku UMKM di Desa Ngino, Kecamatan Plemahan, Tim KKN 87 UIN Syekh Wasil melaksanakan kegiatan untuk mendampingi mereka dalam mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB). Memiliki legalitas ini sangat krusial agar para pelaku usaha bisa mendapatkan akses ke berbagai program pemerintah, seperti bantuan usaha, sertifikasi halal, kemudahan perizinan, dan pendaftaran di marketplace besar. Dari observasi awal, banyak pelaku UMKM di desa mitra yang belum memiliki NIB disebabkan oleh kurangnya informasi serta keterampilan digital.

Tahap pertama dari pendampingan dilakukan dengan memberikan informasi langsung kepada pelaku UMKM tentang pentingnya NIB sebagai identitas resmi. Selanjutnya, dijelaskan cara mendaftar secara online menggunakan sistem OSS yang dikelola oleh Kementerian Agama. Mahasiswa memberikan bantuan langsung kepada pelaku UMKM dalam proses pendaftaran melalui situs <https://oss.go.id> , mulai dari pembuatan akun OSS, pengisian informasi pribadi dan usaha, klasifikasi risiko usaha, hingga langkah akhir dalam penerbitan NIB.



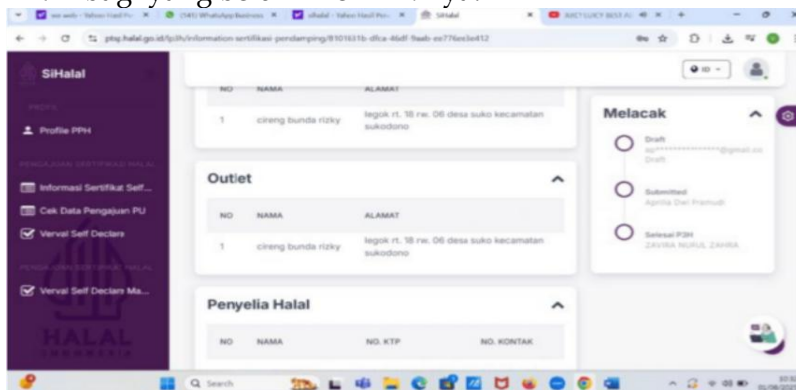
Gambar 3. Pembuatan NIB

Selama kegiatan ini, para mahasiswa turut berperan dalam menyiapkan dokumen penting yang dibutuhkan, seperti KTP, nomor telepon yang aktif, dan alamat email. Mereka juga memberikan penjelasan tentang istilah-istilah teknis agar pelaku usaha yang belum akrab dengan teknologi digital dapat lebih memahami. Setelah seluruh proses selesai, pelaku UMKM akan menerima NIB dalam bentuk digital yang bisa diunduh dan dicetak sebagai bukti sah bagi usaha mereka.

Kegiatan ini mendatangkan keuntungan yang besar untuk mitra UMKM. Dengan mendapatkan NIB, mereka merasa lebih yakin dalam menjalankan usaha secara resmi dan profesional. Di samping itu, NIB juga merupakan persyaratan utama untuk mengajukan sertifikasi halal dan mendaftar di beberapa platform e-commerce. Pendampingan ini menunjukkan bahwa melalui pendekatan yang mendidik dan dukungan langsung, pelaku UMKM di desa dapat dengan gampang mengakses layanan izin digital yang sebelumnya dianggap rumit. (Manovri Yeni & Dama Yanti, 2021)

b. Pendaftaran Sertifikasi halal

Bantuan untuk mendaftar sertifikasi SiHalal dimulai dengan memahami kebutuhan pendaftaran SiHalal yang diawali dengan adanya NIB. Setelah itu, tim akan memberikan respons terhadap situasi tersebut dan melakukan sejumlah kegiatan pendampingan, seperti: Menyiapkan syarat pendaftaran NIB bagi yang belum memilikinya.



Gambar 7. Pembuatan sertifikat halal

- 1) Mengorganisir dokumen yang diperlukan untuk SiHalal dan proses pengajuan sertifikasinya.
- 2) Membuat akun serta melakukan penilaian mandiri tentang kemampuan internal untuk pengajuan sertifikasi SiHalal.
- 3) Memberikan pendampingan dalam mengisi formulir sertifikasi SiHalal melalui SiHalal bpjph kemenag.
- 4) Melakukan verifikasi dan validasi oleh pendamping yang memiliki sertifikat dan terdaftar di bpjph kemenag. (Mardhotillah et al., 2022)

4. KESIMPULAN

Mahasiswa dari UIN Syekh Wasil telah melaksanakan KKN di Desa Ngino dengan hasil yang nyata bagi pelaku UMKM melalui program digitalisasi, promosi, dan pengakuan usaha. Dengan pendekatan yang melibatkan masyarakat, mahasiswa mampu memahami kebutuhan UMKM dan memberikan solusi konkrit, seperti pembuatan akun Shopee, pengelolaan media sosial, penentuan lokasi digital, serta mendukung proses legalisasi usaha seperti mendapatkan NIB dan sertifikasi halal. Kegiatan ini berperan dalam membantu UMKM untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan memberi pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya legalitas dan branding di dunia digital. Oleh karena itu, inisiatif ini berkontribusi signifikan dalam pengembangan kemandirian dan profesionalisme UMKM di wilayah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, M., akmal, M., Aprilia Muntadhiroh, F., Latifatun Nisak, I., Taufiqi Rohman, A., NurJihan, S., Eka Noviyanti, N., Najih, A., & Kediri, I. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Platform E-Commerce Korespondensi: Pemberdayaan UMKM Melalui Platform E-Commerce: Panduan Praktis Membuat Akun Shopee untuk Aries Craft Rajut. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- Ardica Karunia Pradana, Maytita Tri Hardiyanti, Zulfa Aji Rani Isnuitama, Rahayu Mardikaningsih, Mila Hariani, Didit Darmawan, Rommy Hardyansah, & Dharma Setiawan Negara. (2024). Pengembangan UMKM dengan Cara Branding dan Pembuatan Akun Media Sosial Instagram di Desa Tambak Lekok, Desa Jatirejo dan Desa Tampung.

- ALKHIDMAH: *Jurnal Pengabdian Dan Kemitraan Masyarakat*, 2(4), 110–127. <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v2i4.1079>
- Dhafa Irvani, A., Ripa Nurkaromah, S., Anita, T., Studi Ekonomi Syariah, P., Agama Islam, F., & Siliwangi, U. (n.d.). Pemberdayaan UMKM Melalui Integrasi NIB, Sertifikasi Halal, dan Digitalisasi di Desa Sirnajaya Kabupaten Tasikmalaya MSME Empowerment Model through Integration of NIB, Halal Certification, and Digitalization in Sirnajaya Village, Tasikmalaya Regency. <https://doi.org/10.71024/aksi.2025.v2i2.95>
- Suyadi, B.-R., Syahdanur, ;, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1). <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Laziva, N., Atieq, M. Q., Program, M., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor. 7. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>
- Manovri Yeni, O., & Dama Yanti, I. (2021). Kegiatan pendampingan, pembuatan nomor induk berusaha (nib) melalui online single submission (oss) bagi anggota koperasi permaisuri mandiri di kota banda aceh. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3). <http://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI>
- Mardhotillah, R., Budi, E., Putri, P., Karya, D. F., Putra, R. S., Khusnah, H., Rijal, M., Zhulqurnain, I., Mariati, P., & Mardhotillah, R. R. (2022). Pelatihan Sertifikasi Halal dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Sebagai Bagian dari Scale-Up Business Bagi UMKM Halal Certification Training in Efforts to Increase Customer Satisfaction as Part of the Scale- Up Business for MSME. 4(2), 238–246. <https://doi.org/10.26714/jsm.4.2.2021.238-246>
- Miranda, Z., & Amalia, N. (2024). Pemberdayaan UMKM di Desa Jati Agung Melalui Digitalisasi Pemasaran dan Legalisasi Usaha untuk Meningkatkan Daya Saing. In *Jurnal IKARITAS* 2024 (Vol. 2, Issue 2). <https://yayasansekolahperkemas.com/ojs>
- Mirfaqo, N. H., Komariyah, & Setiawati, A. (2024). Pemberdayaan UMKM Masyarakat Melalui Digital Marketing Di Desa Jajar, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 52–60. <https://doi.org/10.25170/mitra.v8i1.4693>
- Nanik Lestarringsih, muhimatul, agmad rafli syaifuddin, muhammad khairil, prayoga, diana mutia anggraeni. (23 C.E.). Pemberdayaan Potensi Masyarakat Melalui Pendampingan UMKM Di UPT Tanggul Harapan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4.
- Nanik Lestarringsih, M. A. A. A. F. A. R. K. P. D. M. A. (2023). Pemberdayaan Potensi Masyarakat Melalui Pendampinganm UMKM Di UPT Tanggul Harapan. *Jpkmn*, 4.
- Qotrun Nadya, A., Ridho Hafidz, A., Latifa, A., & Fikri, S. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Desa Pondokagung Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang (Vol. 1, Issue 1). <https://sunanbonang.org/index.php/jp2m>
- Sahetapy, H. V., Hahury, H. D., Metekohy, S., Siaila, S., Ramly, F., Bugis, M., Muspida, M., Tamtelahitu, J., Oppier, H., & Pattimahu, T. V. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Tag Lokasi Usaha Berbasis Google Maps sebagai Upaya Promosi UMKM di Kota Ambon. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(2), 534–541. <https://doi.org/10.30653/jppm.v9i2.853>
- Sarjanawiyata Tamansiswa, U., Mulyono, R., Rejokirono, R., Maryono, M., Purbonuswanto, W., Wahyu Prasetyaningtyas, S., Evan Eka Syahputri, C., & Irmayanto, D. (2024). Rebranding media promosi UMKM melalui pembuatan banner dan pemanfaatan Google Maps untuk menarik minat pelanggan.
- Siswandi, A. S. (2024). Penelitian Tindakan Partisipatif Metode PAR (Partisipatory Action Research) Tantangan Dan Peluang Dalam Pemberdayaan Komunitas. *Ummul Qura*.
- Tanashur, P., Saputra, S., Alawiyah, R., & Syahid, A. (n.d.). Pemberdayaan Masyarakat Desa Tanak Rarang Melalui Pelatihan Budidaya Jamur Tiram Sebagai Upaya Menuju Desa Mandiri (Vol. 3).
- Yudha, D., Widodo, P., & Prasetyani, H. (n.d.). Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing. <https://doi.org/10.31331/jsitee.v1i1.kodeartikel>
- Yunaningsih, A., Indah, D., & Septiawan, F. E. (2021). Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Publik Melalui Digitalisasi (Vol. 3, Issue 1). <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i6.3111>
- Zunaidi, A., Maghfiroh, FL. (2025), *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis UMKM Teori, Praktik, dan Strategi Menuju UMKM Berkelanjutan*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.