

Optimalisasi Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Usaha melalui Pemanfaatan Canva, Shopee, dan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Pelaku UMKM Crafting

Filza Naurah Zahra¹, Mei Indah Maulida², Chandi Lestari³, Karnelly⁴, Sabilah Ayu Lestari⁵, Zahra Inayah Salsabila⁶, Suci Ayu Sudari⁷, Udriyah⁸, Nur Fitri Dewi⁹, Hadi Wijaya¹⁰

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Global Jakarta, Depok, Jawa Barat, Indonesia¹⁻¹⁰

Email Korespondensi: chandilestari73@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 15-07-2026

Disetujui 20-07-2026

Diterbitkan 22-07-2026

Katakunci:

*Pelayanan pelanggan;
UMKM crafting; Canva;
Shopee; Nomor Induk
Berusaha (NIB).*

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) crafting di Komunitas Salzi & Friends Kota Depok menghadapi tantangan berupa belum optimalnya pelayanan pelanggan, rendahnya literasi pemasaran digital, serta kurangnya pemahaman legalitas usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas 18 pelaku UMKM mitra melalui sosialisasi pelayanan pelanggan, pelatihan pembuatan konten promosi dengan Canva, pendampingan pembuatan akun Shopee, dan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB). Program dilaksanakan pada 15 Juli 2026 di Kampus Universitas Global Jakarta menggunakan metode observasi, pemaparan materi, praktik langsung, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menerapkan pelayanan prima, mendesain media promosi, mengelola toko daring, serta menyelesaikan pendaftaran NIB melalui sistem Online Single Submission (OSS). Secara keseluruhan, program ini berhasil memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha mitra melalui integrasi kualitas pelayanan, teknologi digital, dan legalitas formal.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Zahra, F. N. ., Maulida, M. I. ., Lestari, C., Karnelly, K., Lestari, S. A. ., Salsabila, Z. I. ., Sudari, S. A. ., Udriyah, U., Dewi, N. F. ., & Wijaya, H. . (2026). Optimalisasi Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Usaha melalui Pemanfaatan Canva, Shopee, dan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Pelaku UMKM Crafting. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(4), 2145-2159. <https://doi.org/10.63822/avy9wh05>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Peran UMKM tidak hanya terlihat dari kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga dari kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi angka pengangguran, serta mendorong pemerataan pembangunan di berbagai daerah. Kemampuan UMKM dalam beradaptasi terhadap perubahan kondisi ekonomi menjadikan sektor ini sebagai salah satu penggerak ekonomi yang memiliki daya tahan cukup tinggi (Sudati & Sudrajat, 2023). Oleh karena itu, berbagai upaya pemberdayaan terus dilakukan agar UMKM mampu berkembang secara berkelanjutan dan memiliki daya saing yang semakin baik.

Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar untuk terus berkembang adalah usaha kerajinan (crafting). Produk crafting umumnya memiliki karakteristik unik, bernilai seni, serta mengedepankan kreativitas dan inovasi sehingga mampu menarik minat konsumen dari berbagai kalangan. Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk buatan tangan (handmade) turut membuka peluang yang lebih luas bagi pelaku UMKM crafting untuk mengembangkan usahanya. Namun, peluang tersebut juga diiringi dengan meningkatnya persaingan usaha yang menuntut pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kualitas produk, pelayanan, serta strategi pemasaran agar mampu mempertahankan eksistensinya di pasar yang semakin kompetitif (Prasetyo & Astuti, 2024).

Keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Pelayanan pelanggan menjadi salah satu aspek penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan konsumen. Pelayanan yang baik mampu menciptakan pengalaman positif sehingga meningkatkan kepuasan, kepercayaan, serta loyalitas pelanggan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menimbulkan ketidakpuasan dan mendorong konsumen untuk beralih kepada produk dari kompetitor. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi pelaku UMKM dalam memberikan pelayanan yang profesional menjadi salah satu langkah penting dalam meningkatkan daya saing usaha.

Peningkatan kualitas pelayanan pelanggan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan melayani konsumen secara langsung, tetapi juga mencakup kemampuan dalam memberikan informasi produk secara jelas, merespons pertanyaan maupun keluhan pelanggan dengan cepat, menjaga konsistensi kualitas produk, serta membangun komunikasi yang baik dengan konsumen. Pelayanan yang profesional mampu memberikan nilai tambah karena dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk maupun pelaku usaha. Dengan demikian, aspek pelayanan menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM agar mampu menciptakan hubungan yang berkelanjutan dengan konsumen.

Selain pelayanan pelanggan, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga telah membawa perubahan terhadap perilaku konsumen dalam memperoleh informasi maupun melakukan transaksi pembelian. Konsumen saat ini tidak lagi hanya mengandalkan toko fisik, tetapi juga memanfaatkan berbagai platform digital untuk mencari informasi produk, membandingkan harga, hingga melakukan pembelian secara daring (Wardhana, 2022). Perubahan tersebut mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran agar mampu menjangkau konsumen yang lebih luas serta meningkatkan efektivitas promosi.

Salah satu media digital yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan promosi adalah aplikasi Canva. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur desain yang mudah digunakan sehingga memungkinkan pelaku UMKM membuat materi promosi secara mandiri tanpa harus memiliki kemampuan desain grafis secara mendalam (Resmini et al., 2021). Melalui pemanfaatan Canva, pelaku usaha dapat membuat berbagai konten visual seperti poster, katalog produk, maupun konten media sosial yang lebih menarik. Konten promosi yang berkualitas tidak hanya mampu menarik perhatian calon konsumen, tetapi juga dapat meningkatkan nilai jual produk serta memperkuat identitas merek usaha.

Di samping pemanfaatan media promosi digital, pelaku UMKM juga perlu mengoptimalkan penggunaan platform e-commerce sebagai sarana pemasaran. Salah satu marketplace yang banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah Shopee. Platform tersebut menyediakan berbagai fitur yang mendukung kegiatan penjualan, mulai dari pembuatan toko daring, pengelolaan produk, promosi, sistem pembayaran, hingga layanan pengiriman. Pemanfaatan marketplace memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar tanpa terbatas oleh wilayah geografis. Oleh karena itu, kemampuan dalam mengelola toko daring menjadi salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki pelaku UMKM di era perdagangan digital.

Aspek lain yang tidak kalah penting dalam pengembangan UMKM adalah legalitas usaha. Legalitas merupakan bentuk pengakuan terhadap keberadaan suatu usaha sekaligus menjadi dasar dalam menjalankan kegiatan usaha secara resmi. Salah satu bentuk legalitas yang perlu dimiliki oleh pelaku UMKM adalah Nomor Induk Berusaha (NIB) yang diterbitkan melalui sistem Online Single Submission (OSS). Kepemilikan NIB memberikan berbagai manfaat, seperti meningkatkan kredibilitas usaha, mempermudah akses pembiayaan, membuka peluang mengikuti program pemberdayaan pemerintah, serta memperluas kesempatan menjalin kemitraan dengan berbagai pihak (Hidayat & Pratama, 2023). Namun, masih terdapat pelaku UMKM yang belum memiliki NIB akibat keterbatasan informasi mengenai manfaat maupun prosedur pendaftarannya.

Berdasarkan hasil observasi dan koordinasi bersama Komunitas Salzi & Friends Kota Depok, ditemukan bahwa pelaku UMKM crafting masih menghadapi beberapa kendala dalam mengembangkan usahanya. Sebagian peserta belum memahami pentingnya pelayanan pelanggan sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Selain itu, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi masih belum optimal karena keterbatasan kemampuan dalam membuat konten visual yang menarik. Beberapa pelaku usaha juga belum memiliki toko daring pada platform Shopee sehingga jangkauan pemasaran produk masih terbatas. Permasalahan lainnya adalah masih terdapat pelaku UMKM yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) karena belum memahami manfaat dan prosedur pendaftarannya melalui sistem OSS.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produk crafting yang dimiliki mitra dengan kemampuan pengelolaan usaha secara digital dan legal. Apabila tidak segera diatasi, keterbatasan dalam pelayanan pelanggan, pemasaran digital, pemanfaatan e-commerce, serta legalitas usaha dapat menghambat perkembangan usaha dan menurunkan daya saing pelaku UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan yang bersifat praktis dan aplikatif agar pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu menerapkan strategi pengembangan usaha secara mandiri.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tema “Optimalisasi Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Usaha melalui Pemanfaatan Canva, Shopee, dan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Pelaku UMKM Crafting.” Program ini dirancang sebagai bentuk intervensi praktis melalui sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan langsung sesuai dengan kebutuhan mitra. Kegiatan yang dilakukan meliputi peningkatan pemahaman mengenai pelayanan pelanggan, pelatihan pembuatan konten promosi menggunakan Canva, pendampingan pembuatan dan aktivasi toko daring pada platform Shopee, serta pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) berbasis risiko melalui sistem OSS.

Melalui pelaksanaan program tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM crafting dalam mengelola usaha secara lebih profesional, modern, dan berkelanjutan. Secara khusus, program ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya pelayanan pelanggan, meningkatkan keterampilan pembuatan konten promosi digital, memperluas akses pemasaran melalui e-commerce, serta mendorong kepemilikan legalitas usaha melalui NIB. Dengan adanya pendampingan tersebut, pelaku UMKM crafting yang tergabung dalam Komunitas Salzi & Friends Kota Depok diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperkuat tata kelola usaha, dan mengembangkan bisnis secara berkelanjutan di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode partisipatif (*participatory approach*). Pendekatan tersebut dipilih karena melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, hingga evaluasi hasil kegiatan. Peserta dalam kegiatan ini berjumlah 18 pelaku UMKM *crafting* yang memiliki latar belakang usaha kerajinan dengan tingkat pemahaman yang beragam mengenai pelayanan pelanggan, pemasaran digital, dan legalitas usaha. Penentuan peserta dilakukan berdasarkan koordinasi dengan pengurus Komunitas Salzi & Friends sebagai mitra kegiatan. Seluruh peserta mengikuti rangkaian kegiatan yang meliputi sosialisasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan sebelum kegiatan untuk mengidentifikasi kondisi awal dan permasalahan yang dihadapi mitra. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pengurus komunitas dan beberapa pelaku UMKM guna memperoleh informasi mengenai kebutuhan peserta, kendala dalam menjalankan usaha, serta materi yang diperlukan dalam kegiatan pengabdian. Dokumentasi dilakukan selama pelaksanaan kegiatan sebagai bukti pelaksanaan program sekaligus untuk mendukung proses evaluasi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa sebagian besar peserta masih mengalami kendala dalam memberikan pelayanan pelanggan secara optimal, memanfaatkan aplikasi Canva sebagai media promosi, mengelola toko pada platform Shopee, serta memahami prosedur pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB). Hasil identifikasi tersebut kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan materi dan metode pendampingan agar sesuai dengan kebutuhan mitra.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama berupa observasi dan koordinasi dengan pengurus Komunitas Salzi & Friends untuk mengidentifikasi permasalahan yang

dihadapi pelaku UMKM. Tahap kedua adalah penyusunan materi dan media pendukung berupa pamflet, e-book, serta templat Canva. Tahap ketiga merupakan pelaksanaan kegiatan yang terdiri atas sosialisasi mengenai pelayanan pelanggan, pelatihan pembuatan konten promosi menggunakan Canva, pendampingan pembuatan akun toko pada platform Shopee, serta pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan melalui diskusi dan umpan balik dari peserta untuk mengetahui tingkat pemahaman serta manfaat yang diperoleh setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan hasil observasi, wawancara, serta pelaksanaan kegiatan secara sistematis untuk menggambarkan perubahan pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti program pengabdian kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi pelayanan pelanggan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor *crafting* dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2026 di Lecture Theatre 8 Universitas Global Jakarta. Kegiatan ini diikuti oleh 18 pelaku UMKM yang tergabung dalam Komunitas Salzi & Friends Kota Depok. Jumlah peserta tersebut telah sesuai dengan sasaran kegiatan sehingga proses penyampaian materi, diskusi, dan pendampingan dapat berlangsung secara optimal. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada setiap peserta untuk berinteraksi secara langsung dengan narasumber, menyampaikan kendala yang dihadapi, serta memperoleh solusi yang sesuai dengan kondisi usahanya.

Pelaksanaan sosialisasi disusun berdasarkan hasil observasi dan identifikasi kebutuhan mitra yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan tersebut meliputi belum optimalnya pemahaman mengenai pentingnya pelayanan pelanggan, keterbatasan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, belum optimalnya penggunaan platform *marketplace* untuk memperluas pemasaran, serta minimnya pemahaman mengenai pentingnya legalitas usaha. Oleh karena itu, materi yang disampaikan difokuskan pada penguatan kapasitas pelaku UMKM melalui pemberian pengetahuan, pelatihan, dan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta.

Metode penyampaian materi dilakukan secara interaktif melalui pemaparan materi, diskusi, studi kasus, sesi tanya jawab, serta praktik secara langsung sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman secara teoritis, tetapi juga mampu mengaitkan materi dengan permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Pendekatan tersebut mendorong partisipasi aktif peserta selama kegiatan berlangsung sekaligus memberikan ruang untuk bertukar pengalaman mengenai pengelolaan usaha yang telah diterapkan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dirancang secara bertahap agar setiap materi dapat dipahami dan diterapkan oleh peserta sesuai dengan kebutuhan usahanya. Rangkaian kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai pelayanan pelanggan sebagai dasar dalam membangun kepuasan dan loyalitas konsumen. Selanjutnya, peserta mengikuti pelatihan pembuatan media promosi menggunakan aplikasi Canva, pendampingan pemanfaatan platform Shopee sebagai sarana pemasaran

digital, serta pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem *Online Single Submission* (OSS).

Setiap sesi tidak hanya berfokus pada penyampaian materi, tetapi juga dilengkapi dengan praktik dan diskusi sehingga peserta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif serta mampu mengimplementasikan materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan usahanya. Hasil pelaksanaan dari masing-masing rangkaian kegiatan tersebut diuraikan pada subbab berikut.

a. Pembuatan Pamflet Sosialisasi Pelayanan Pelanggan untuk UMKM Crafting

Tahap awal kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan penyusunan pamflet sebagai media publikasi dan penyampaian informasi kepada pelaku UMKM *crafting*. Penyusunan pamflet didasarkan pada hasil observasi dan koordinasi bersama pengurus Komunitas Salzi & Friends Kota Depok yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan yang diidentifikasi meliputi belum optimalnya pemahaman mengenai pelayanan pelanggan, terbatasnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran, serta rendahnya pemahaman mengenai pentingnya legalitas usaha melalui kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB). Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi yang akan disampaikan selama kegiatan pengabdian.

Pamflet dirancang dengan tampilan yang informatif, komunikatif, dan menarik agar informasi kegiatan dapat dipahami dengan mudah oleh calon peserta. Tema yang diangkat dalam kegiatan ini adalah "Optimalisasi Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Usaha melalui Pemanfaatan Canva, Shopee, dan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Pelaku UMKM *Crafting*". Materi yang disampaikan meliputi sosialisasi pelayanan pelanggan, pelatihan pembuatan media promosi menggunakan aplikasi Canva, pendampingan pemanfaatan platform Shopee sebagai sarana pemasaran digital, serta pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). Selain itu, pamflet juga memuat informasi mengenai fasilitas yang diperoleh peserta, antara lain sertifikat, *e-book*, *template* Canva siap pakai, panduan pengelolaan toko Shopee, pendampingan pembuatan NIB, serta *doorprize*.

Informasi lain yang dicantumkan dalam pamflet meliputi sasaran kegiatan, yaitu pelaku UMKM *handmade* atau *crafting* yang tergabung dalam Komunitas Salzi & Friends Kota Depok, waktu dan tempat pelaksanaan, serta identitas penyelenggara kegiatan. Penyusunan informasi dilakukan secara sistematis dengan memadukan elemen visual dan teks yang komunikatif sehingga memudahkan calon peserta memahami tujuan, materi, serta manfaat kegiatan yang akan dilaksanakan.

Pamflet yang telah disusun kemudian disebarluaskan melalui media digital, seperti grup WhatsApp Komunitas Salzi & Friends dan media sosial, sebagai media publikasi kegiatan. Penyebaran informasi tersebut mampu menjangkau seluruh calon peserta dan mendukung proses penyampaian informasi secara lebih efektif. Hasil penyebaran pamflet ditunjukkan dengan terpenuhinya jumlah peserta sesuai target pelaksanaan kegiatan, yaitu sebanyak 18 pelaku UMKM *crafting* yang mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 1 Pamflet Sosialisasi Pelayanan Pelanggan untuk UMKM *Crafting*

Pembuatan pamflet menjadi salah satu tahapan penting dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kejelasan informasi yang disampaikan melalui pamflet memberikan gambaran awal mengenai tujuan, materi, serta rangkaian kegiatan yang akan diikuti oleh peserta sehingga proses pelaksanaan kegiatan dapat berlangsung secara lebih terarah.

b. Pelaksanaan Sosialisasi Pelayanan Pelanggan bagi Pelaku UMKM *Crafting* Setelah kegiatan publikasi melalui penyebaran pamflet, rangkaian pengabdian kepada masyarakat dilanjutkan dengan sosialisasi pelayanan pelanggan yang diikuti oleh 18 pelaku UMKM *crafting* yang tergabung dalam Komunitas Salzi & Friends Kota Depok. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya pelayanan pelanggan sebagai salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, membangun loyalitas pelanggan, serta memperkuat daya saing usaha. Sosialisasi dilaksanakan secara interaktif melalui penyampaian materi, diskusi, studi kasus, dan sesi tanya jawab sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman secara teoritis, tetapi juga mampu mengaitkan materi dengan pengalaman yang dihadapi dalam menjalankan usahanya.



Gambar 2 Sosialisasi Pelayanan Pelanggan bagi Pelaku UMKM Crafting

Materi sosialisasi mengacu pada konsep *service quality* yang terdiri atas lima dimensi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Amin dkk., 2023). Kelima dimensi tersebut diperkenalkan kepada peserta sebagai dasar dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Penyampaian materi dilakukan menggunakan contoh-contoh yang sesuai dengan karakteristik usaha *crafting*, sehingga peserta lebih mudah memahami penerapan konsep tersebut dalam aktivitas usaha sehari-hari. Pembahasan tidak hanya difokuskan pada kualitas produk yang dihasilkan, tetapi juga pada pentingnya membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan, menjaga konsistensi pelayanan, memberikan respons yang cepat terhadap pertanyaan maupun keluhan pelanggan, serta membangun kepercayaan melalui pelayanan yang profesional dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.

Selama proses sosialisasi, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dengan aktif mengikuti diskusi dan menyampaikan berbagai pengalaman dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Beberapa peserta mengemukakan kendala yang sering dihadapi, seperti menghadapi pelanggan yang mengajukan banyak pertanyaan sebelum melakukan pembelian, menangani keluhan terkait produk, memenuhi permintaan *custom order*, serta menjaga komunikasi dengan pelanggan setelah transaksi selesai. Berbagai permasalahan tersebut kemudian dibahas bersama narasumber melalui pemberian contoh kasus dan alternatif penyelesaian yang dapat diterapkan sesuai dengan karakteristik masing-masing usaha. Pendekatan tersebut memberikan kesempatan kepada peserta untuk saling bertukar pengalaman sekaligus memperoleh wawasan baru mengenai strategi pelayanan pelanggan yang efektif.

Selain membahas aspek pelayanan secara langsung, peserta juga diberikan pemahaman mengenai keterkaitan antara kualitas pelayanan dengan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pengembangan usaha. Narasumber menjelaskan bahwa pelayanan pelanggan yang baik perlu didukung oleh penyampaian informasi produk yang jelas, tampilan media promosi yang menarik, serta kemudahan pelanggan dalam memperoleh informasi maupun melakukan transaksi. Oleh karena itu, materi

pelayanan pelanggan menjadi landasan bagi penyampaian materi berikutnya mengenai pemanfaatan aplikasi Canva, optimalisasi platform Shopee, serta pentingnya legalitas usaha melalui kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB).

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya pelayanan pelanggan sebagai salah satu strategi dalam meningkatkan kualitas usaha. Melalui diskusi, studi kasus, dan sesi tanya jawab, peserta mulai memahami bahwa pelayanan yang berkualitas tidak hanya ditentukan oleh mutu produk yang dihasilkan, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui komunikasi yang efektif, pelayanan yang responsif, serta penyampaian informasi yang jelas dan akurat. Pemahaman tersebut menjadi bekal bagi peserta dalam mengikuti sesi pelatihan selanjutnya yang berfokus pada penguatan pemasaran digital dan legalitas usaha, sehingga seluruh rangkaian kegiatan pengabdian dapat saling mendukung dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku UMKM *crafting*.

c. Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Menggunakan Aplikasi Canva

Pelatihan pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi Canva merupakan salah satu rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM *crafting* dalam menghasilkan media promosi yang menarik, informatif, dan komunikatif. Berdasarkan hasil observasi dan koordinasi dengan pengurus Komunitas Salzi & Friends Kota Depok, diketahui bahwa sebagian besar peserta masih mengalami keterbatasan dalam membuat materi promosi digital. Media promosi yang digunakan umumnya masih berupa foto produk sederhana tanpa didukung oleh elemen visual yang mampu menarik perhatian konsumen maupun memperkuat identitas usaha. Kondisi tersebut menyebabkan promosi yang dilakukan belum mampu menyampaikan informasi produk secara optimal kepada calon pelanggan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian menyelenggarakan pelatihan pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi Canva. Canva dipilih sebagai media pelatihan karena mudah digunakan, menyediakan berbagai *template* siap pakai, serta dapat dioperasikan melalui telepon pintar maupun komputer. Kemudahan tersebut menjadikan Canva sebagai salah satu aplikasi yang sesuai dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam mendukung kegiatan promosi dan pemasaran digital tanpa memerlukan kemampuan desain grafis yang kompleks.

Pelaksanaan pelatihan diawali dengan pengenalan berbagai fitur dasar Canva, meliputi pemilihan *template*, pengaturan tata letak (*layout*), pemilihan warna, penggunaan tipografi, penempatan gambar produk, serta penyusunan informasi promosi yang efektif. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai prinsip dasar desain visual, seperti keseimbangan komposisi, konsistensi identitas merek (*branding*), dan pemilihan elemen visual yang sesuai dengan karakteristik produk. Penyampaian materi dilakukan secara bertahap agar peserta dapat memahami setiap tahapan sebelum mempraktikkannya secara mandiri.



Gambar 3 Materi dan Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Melalui Aplikasi Canva

Setelah sesi penyampaian materi, peserta mengikuti praktik pembuatan desain promosi untuk produk yang dimiliki masing-masing. Peserta didampingi secara langsung dalam menyusun poster promosi, katalog digital, konten media sosial, serta materi promosi yang dapat digunakan pada platform *marketplace*, seperti Shopee. Selama proses pendampingan, peserta diberikan kesempatan untuk berkonsultasi mengenai pemilihan desain, kombinasi warna, penyusunan informasi produk, hingga teknik penyajian visual yang lebih menarik. Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan mereka dalam bertanya, berdiskusi, serta mencoba berbagai fitur Canva untuk menghasilkan desain yang sesuai dengan karakteristik produk yang dipasarkan.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan desain promosi yang lebih menarik, informatif, dan memiliki tampilan visual yang lebih profesional dibandingkan sebelum mengikuti kegiatan. Peserta juga mulai memahami pentingnya penyusunan informasi promosi yang jelas, penggunaan elemen visual yang konsisten, serta penerapan identitas merek sebagai upaya meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Untuk mendukung keberlanjutan kegiatan, tim pengabdian memberikan *template* Canva siap pakai dan *e-book* sebagai media pembelajaran mandiri sehingga peserta dapat terus mengembangkan keterampilan desain promosi dan menerapkannya dalam kegiatan pemasaran digital. Peningkatan kemampuan tersebut diharapkan dapat mendukung pelaku UMKM *crafting* dalam memperluas jangkauan pemasaran, memperkuat citra merek, serta meningkatkan daya saing usahanya di era digital.

d. Pendampingan Pembuatan Akun Toko di Platform Shopee

Pelatihan pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi Canva merupakan salah satu rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM *crafting* dalam menghasilkan media promosi yang menarik, informatif, dan komunikatif. Berdasarkan hasil observasi dan koordinasi dengan pengurus Komunitas Salzi & Friends Kota Depok, diketahui bahwa sebagian besar peserta masih mengalami keterbatasan dalam membuat materi promosi digital. Media promosi yang digunakan umumnya masih berupa foto produk sederhana tanpa didukung oleh elemen visual yang mampu menarik perhatian konsumen maupun memperkuat identitas usaha. Kondisi tersebut menyebabkan promosi yang dilakukan belum mampu menyampaikan informasi produk secara optimal kepada calon pelanggan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian menyelenggarakan pelatihan pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi Canva. Canva dipilih sebagai media pelatihan karena mudah digunakan, menyediakan berbagai *template* siap pakai, serta dapat dioperasikan melalui telepon pintar maupun komputer. Kemudahan tersebut menjadikan Canva sebagai salah satu aplikasi yang sesuai dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam mendukung kegiatan promosi dan pemasaran digital tanpa memerlukan kemampuan desain grafis yang kompleks.

Pelaksanaan pelatihan diawali dengan pengenalan berbagai fitur dasar Canva, meliputi pemilihan *template*, pengaturan tata letak (*layout*), pemilihan warna, penggunaan tipografi, penempatan gambar produk, serta penyusunan informasi promosi yang efektif. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai prinsip dasar desain visual, seperti keseimbangan komposisi, konsistensi identitas merek (*branding*), dan pemilihan elemen visual yang sesuai dengan karakteristik produk. Penyampaian materi dilakukan secara bertahap agar peserta dapat memahami setiap tahapan sebelum mempraktikkannya secara mandiri.



Gambar 4 Materi dan Pembuatan Akun Toko di Platform Shopee

Setelah sesi penyampaian materi, peserta mengikuti praktik pembuatan desain promosi untuk produk yang dimiliki masing-masing. Peserta didampingi secara langsung dalam menyusun poster promosi, katalog digital, konten media sosial, serta materi promosi yang dapat digunakan pada platform *marketplace*, seperti Shopee. Selama proses pendampingan, peserta diberikan kesempatan untuk berkonsultasi mengenai pemilihan desain, kombinasi warna, penyusunan informasi produk, hingga teknik penyajian visual yang lebih menarik. Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan mereka dalam bertanya, berdiskusi, serta mencoba berbagai fitur Canva untuk menghasilkan desain yang sesuai dengan karakteristik produk yang dipasarkan.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan desain promosi yang lebih menarik, informatif, dan memiliki tampilan visual yang lebih profesional dibandingkan sebelum mengikuti kegiatan. Peserta juga mulai memahami pentingnya penyusunan informasi promosi yang jelas, penggunaan elemen visual yang konsisten, serta penerapan identitas merek sebagai upaya meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Untuk mendukung keberlanjutan kegiatan, tim pengabdian memberikan *template* Canva siap pakai dan *e-book* sebagai media pembelajaran mandiri sehingga peserta dapat terus mengembangkan keterampilan desain promosi dan menerapkannya dalam kegiatan pemasaran digital. Peningkatan kemampuan tersebut diharapkan dapat mendukung pelaku *UMKM crafting* dalam memperluas jangkauan pemasaran, memperkuat citra merek, serta meningkatkan daya saing usahanya di era digital.

e. Sosialisasi dan Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Sosialisasi dan pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan salah satu rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku

UMKM *crafting* mengenai pentingnya legalitas usaha. Berdasarkan hasil observasi dan koordinasi dengan pengurus Komunitas Salzi & Friends Kota Depok, diketahui bahwa sebagian peserta belum memiliki NIB dan masih mengalami kesulitan dalam memahami prosedur pendaftaran melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). Kondisi tersebut menjadi salah satu kendala dalam pengembangan usaha karena legalitas merupakan aspek yang penting dalam mendukung kredibilitas dan keberlanjutan usaha.



Gambar 5 Materi dan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai fungsi dan manfaat Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai identitas legal bagi pelaku usaha. Narasumber menjelaskan bahwa kepemilikan NIB tidak hanya menjadi bukti legalitas usaha, tetapi juga memberikan berbagai manfaat, seperti kemudahan dalam mengikuti program pemberdayaan pemerintah, memperoleh akses pembiayaan, menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap usaha yang dijalankan. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif sehingga peserta dapat memahami pentingnya legalitas usaha sebagai salah satu faktor pendukung pengembangan UMKM.

Setelah sesi sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan NIB melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). Pendampingan dilakukan secara bertahap, mulai dari proses pembuatan akun OSS, pengisian data identitas pelaku usaha, penginputan informasi usaha, pemilihan klasifikasi bidang usaha, hingga proses penerbitan NIB. Selama proses pendampingan, peserta memperoleh bimbingan secara langsung sehingga setiap tahapan dapat diikuti dengan baik dan berbagai kendala yang dihadapi dapat segera diselesaikan bersama tim pengabdian.

Pelaksanaan pendampingan berlangsung secara interaktif dengan melibatkan partisipasi aktif peserta. Berbagai pertanyaan diajukan terkait persyaratan administrasi, pemilihan bidang usaha yang sesuai, proses verifikasi data, hingga pemanfaatan NIB dalam mendukung pengembangan usaha. Diskusi tersebut memberikan kesempatan kepada peserta untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam

mengenai proses perizinan usaha sekaligus meningkatkan kepercayaan diri dalam mengurus legalitas usahanya secara mandiri.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya legalitas usaha serta tahapan pendaftaran NIB melalui sistem OSS. Sebagian peserta berhasil menyelesaikan proses pendaftaran hingga memperoleh Nomor Induk Berusaha, sedangkan peserta lainnya telah memahami prosedur yang harus dilakukan untuk melanjutkan proses pendaftaran sesuai dengan kelengkapan dokumen yang dimiliki. Selain meningkatkan pemahaman mengenai aspek legalitas, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran peserta bahwa kepemilikan NIB merupakan salah satu langkah strategis dalam meningkatkan profesionalisme usaha, memperluas peluang kerja sama, serta memperkuat daya saing UMKM *crafting* di era digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Optimalisasi Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Usaha melalui Pemanfaatan Canva, Shopee, dan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Pelaku UMKM *Crafting*" telah dilaksanakan dengan baik bersama Komunitas Salzi & Friends Kota Depok dan diikuti oleh 18 pelaku UMKM *crafting*. Pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi pelayanan pelanggan, pelatihan pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi Canva, pendampingan pembuatan akun toko pada platform Shopee, serta sosialisasi dan pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB).

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menerapkan pelayanan pelanggan yang lebih baik, membuat media promosi yang menarik, memanfaatkan *marketplace* sebagai sarana pemasaran digital, serta memahami pentingnya legalitas usaha melalui kepemilikan NIB. Pendekatan yang dilakukan melalui penyampaian materi, praktik langsung, diskusi, dan pendampingan memberikan kesempatan kepada peserta untuk memahami serta mengimplementasikan materi sesuai dengan kebutuhan usahanya.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM *crafting* dalam menghadapi perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif dan berbasis digital. Integrasi antara peningkatan kualitas pelayanan, pemanfaatan teknologi digital, dan penguatan legalitas usaha menjadi langkah yang dapat mendukung peningkatan daya saing serta keberlanjutan usaha UMKM.

SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan melalui program pendampingan lanjutan agar pelaku UMKM memperoleh bimbingan dalam mengimplementasikan materi yang telah diberikan, khususnya dalam pengelolaan pemasaran digital, optimalisasi pemanfaatan platform *marketplace*, serta penguatan identitas merek (*branding*). Selain itu, diperlukan evaluasi secara berkala untuk mengetahui perkembangan penerapan hasil pelatihan terhadap peningkatan kinerja usaha peserta.

Bagi pelaku UMKM *crafting*, disarankan untuk menerapkan secara konsisten strategi pelayanan pelanggan, memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran, serta melengkapi legalitas usaha sebagai upaya meningkatkan profesionalisme dan daya saing. Sementara itu, kolaborasi antara perguruan tinggi, komunitas UMKM, dan pemerintah diharapkan dapat terus diperkuat melalui penyelenggaraan program pelatihan dan pendampingan yang berkesinambungan sehingga mampu mendukung pengembangan UMKM yang lebih mandiri, inovatif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M., dkk. (2023). *Manajemen Kualitas Pelayanan (Service Quality) dalam Perspektif Bisnis*. Jurnal Manajemen dan Komunikasi Bisnis, 4(2), 115-128.
- Hidayat, R., & Pratama, A. (2023). *Urgensi Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Perlindungan Hukum dan Kredibilitas UMKM*. Jurnal Hukum dan Regulasi Bisnis, 7(1), 45-58.
- Prasetyo, B., & Astuti, W. (2024). *Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Tangan (Handmade) di Pasar Domestik yang Kompetitif*. Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan, 12(3), 201-215.
- Resmini, S., dkk. (2021). *Pemberdayaan Keterampilan Visual Konten Promosi Digital Menggunakan Aplikasi Canva bagi Pelaku Usaha Mikro*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 2(4), 310-322.
- Sudati, S., & Sudrajat, A. (2023). *Peran Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai Pilar Ketahanan Ekonomi Nasional*. Jurnal Pembangunan dan Kebijakan Ekonomi, 15(2), 89-102.
- Wardhana, A. (2022). *Transformasi Perilaku Konsumen dalam Transaksi Digital E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Digital, 5(1), 12-26.