

Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui Webinar, Branding Usaha, dan Pemetaan Lokasi Digital sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal

Rubini¹, Lia Riski Ramadhani², DheaTunnasyifa Dimiyati,³ Mardya Herlensi,⁴ Nayla Muwazzara,⁵ Riska Amalia Putri⁶

Manajemen Pendidikan Islam
STAI Terpadu
Yogyakarta, Indonesia

e-mail: ¹rubinihr80@gmail.com, ²nauraazaliyya@gmail.com, ³dheadimiyati123@gmail.com, ⁴mardya189@gmail.com, ⁵naymuwazzara@gmail.com, ⁶riskaamaliaputri174@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam penguatan ekonomi lokal, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam adaptasi terhadap transformasi digital, khususnya dalam aspek pemasaran, sistem pembayaran, dan visibilitas usaha. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan daya saing UMKM melalui program pendampingan digitalisasi usaha. Metode pengabdian dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang meliputi webinar digitalisasi UMKM, pendampingan pembuatan QRIS, pendaftaran usaha pada platform Google Maps, serta pembuatan banner promosi sebagai media branding usaha. Kegiatan ini melibatkan pelaku UMKM sebagai sasaran utama dan dilaksanakan dalam bentuk edukasi daring serta pendampingan langsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi digital dalam transaksi dan pemasaran, meningkatnya visibilitas usaha melalui media promosi dan peta lokasi digital, serta tumbuhnya kesadaran akan pentingnya branding usaha. Program ini memberikan kontribusi positif dalam mendukung penguatan ekonomi lokal dan menunjukkan peran strategis mahasiswa dalam implementasi pengabdian kepada masyarakat berbasis pemberdayaan UMKM.

Kata kunci: digitalisasi UMKM, pengabdian kepada masyarakat, KKN, branding usaha, ekonomi lokal

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in strengthening the local economy but continue to face challenges in adapting to digital transformation, particularly in marketing, payment systems, and business visibility. This Community Service Program (KKN) aims to enhance digital literacy and competitiveness of MSMEs through digital business assistance initiatives. The program employed a participatory approach involving MSME digitalization webinars, assistance in QRIS payment system implementation, business registration on Google Maps, and the creation of promotional banners as branding media. The activities were conducted through online educational sessions and direct mentoring for MSME actors. The results indicate an improvement in MSMEs' understanding of digital technology utilization for transactions and marketing, increased business visibility through promotional media and digital mapping, as well as greater awareness of the importance of business branding. This program contributes positively to local economic empowerment and highlights the strategic role of students in implementing community-based MSME empowerment initiatives.

Keywords: MSME digitalization, community service, student community service program, business branding, local economy

Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui Webinar, Branding Usaha, dan Pemetaan Lokasi Digital sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal

Rubini dkk

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian di Indonesia karena kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja, distribusi pendapatan, dan ketahanan ekonomi masyarakat. Data Bappenas menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60 % terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menciptakan lapangan kerja yang luas di berbagai daerah.[1] Namun demikian, dalam era globalisasi dan revolusi industri 4.0, UMKM dihadapkan pada tantangan signifikan terkait adaptasi terhadap teknologi digital, termasuk dalam pemasaran, sistem pembayaran, dan optimalisasi visibilitas usaha di ranah digital.

Perubahan gaya hidup konsumen yang semakin mengarah pada transaksi non-tunai dan belanja daring menuntut pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital.[2] Sistem pembayaran seperti Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dan platform e-commerce menjadi solusi penting agar UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional usaha mereka. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal, sehingga berpotensi tertinggal dalam persaingan usaha.[3]

Selain itu, aspek branding dan promosi usaha juga menjadi faktor penting dalam memperkuat daya saing UMKM. Media promosi visual seperti banner usaha, profil bisnis di Google Maps, dan konten promosi digital dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan serta memperluas basis pasar.[4] Dalam konteks tersebut, Kuliah Kerja Nyata (KKN) menjadi bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat yang relevan untuk menjembatani kesenjangan antara kebutuhan pelaku UMKM dan akses mereka terhadap teknologi serta pengetahuan digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, Kelompok 3 Putri dari STAI Terpadu Yogyakarta melaksanakan program KKN dengan tema “Digitalisasi UMKM dan Pendampingan Usaha Lokal melalui Webinar, Banner Promosi, dan Pemetaan Lokasi Digital”. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, memperkuat branding usaha, serta membantu pelaku UMKM lokal dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara praktis untuk pengembangan usaha mereka. Webinar edukatif, pendampingan pembuatan QRIS dan peta lokasi digital (Google Maps), serta pembuatan media promosi visual merupakan strategi utama yang digunakan dalam program KKN ini untuk memberdayakan UMKM agar lebih siap bersaing di era modern.

2. Metode Penelitian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan desain partisipatif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan proses dan dampak pendampingan digitalisasi UMKM yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN STAI Terpadu Yogyakarta. Subjek kegiatan meliputi pelaku UMKM lokal yang menjadi mitra pendampingan serta peserta webinar digitalisasi UMKM. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di wilayah pelaksanaan KKN dengan cakupan pendampingan yang menyesuaikan kondisi dan kebutuhan mitra.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, dokumentasi kegiatan, serta partisipasi aktif mahasiswa dalam proses pendampingan, meliputi pembuatan banner promosi, pendampingan peta lokasi digital (Google Maps), penggunaan QRIS, dan pelaksanaan webinar. Data dianalisis secara deskriptif-naratif melalui tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan simpulan. Keberhasilan kegiatan ditinjau dari peningkatan pemahaman digital pelaku UMKM, terbentuknya media promosi dan lokasi usaha digital, serta tingkat partisipasi dan respons positif mitra terhadap program pengabdian.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Pelaksanaan Program KKN Digitalisasi UMKM

3.1.1. Pelaksanaan Webinar Digitalisasi UMKM

Salah satu program utama dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah penyelenggaraan webinar digitalisasi UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pelaku

Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui Webinar, Branding Usaha, dan Pemetaan Lokasi Digital sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal

Rubini dkk

usaha mikro dan kecil. Program ini dirancang sebagai bentuk respons terhadap tantangan transformasi digital yang masih belum optimal dimanfaatkan oleh sebagian besar pelaku UMKM di tingkat lokal. Webinar dilaksanakan secara terstruktur dengan menghadirkan materi yang relevan dengan kebutuhan pelaku usaha, terutama dalam konteks penguatan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kegiatan webinar diikuti oleh pelaku UMKM yang berasal dari wilayah lokasi KKN dan sekitarnya dengan latar belakang jenis usaha yang beragam, meliputi sektor kuliner, perdagangan, serta jasa. Keberagaman jenis usaha tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan akan pemanfaatan teknologi digital tidak terbatas pada sektor tertentu, melainkan menjadi kebutuhan lintas bidang usaha. Partisipasi pelaku UMKM dalam kegiatan ini mencerminkan adanya kesadaran awal terhadap pentingnya peningkatan kapasitas digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya masih memiliki keterbatasan pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan dan pemasaran usaha. Melalui penyampaian materi dalam webinar, pelaku UMKM memperoleh wawasan terkait urgensi digitalisasi usaha, peran media sosial sebagai sarana promosi yang efektif, serta penggunaan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Materi tersebut diharapkan dapat menjadi bekal awal bagi pelaku UMKM dalam mengadaptasi praktik usaha yang lebih modern dan berbasis teknologi.

Antusiasme peserta terlihat dari tingginya partisipasi selama sesi diskusi dan tanya jawab yang berlangsung interaktif. Banyak pelaku UMKM mengemukakan berbagai kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan keterampilan teknologi, rendahnya kepercayaan diri dalam menggunakan media digital, serta minimnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran daring yang tepat. Temuan ini menunjukkan bahwa webinar tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga menjadi sarana edukatif yang efektif dalam meningkatkan kesadaran, motivasi, dan kesiapan pelaku UMKM untuk mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.



Temuan kegiatan KKN menunjukkan bahwa pendampingan digitalisasi UMKM melalui webinar, branding usaha, dan pemetaan lokasi digital berkontribusi positif terhadap peningkatan literasi digital

Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui Webinar, Branding Usaha, dan Pemetaan Lokasi Digital sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal

Rubini dkk

serta daya saing pelaku usaha. Digitalisasi memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas usaha, serta membangun relasi yang lebih dekat dengan konsumen. Kondisi ini sejalan dengan pandangan bahwa transformasi digital UMKM menjadi faktor strategis dalam penguatan ekonomi lokal dan peningkatan keberlanjutan usaha mikro di tingkat masyarakat akar rumput.[5]

3.1.2. Pendampingan Branding Usaha UMKM

Program selanjutnya dalam rangkaian kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah pendampingan branding usaha yang difokuskan pada penguatan identitas visual dan citra produk UMKM. Program ini dirancang untuk membantu pelaku usaha memahami pentingnya branding sebagai unsur strategis dalam meningkatkan daya saing produk. Pendampingan dilakukan secara partisipatif dengan menyesuaikan karakteristik dan kebutuhan masing-masing usaha yang didampingi.

Dalam pelaksanaannya, mahasiswa KKN mendampingi pelaku UMKM dalam menyusun elemen dasar branding, meliputi penentuan nama usaha yang konsisten, pembuatan logo sederhana, perancangan desain kemasan, serta penyusunan narasi promosi produk. Proses pendampingan dilakukan melalui diskusi langsung dan praktik sederhana agar pelaku UMKM dapat memahami konsep branding secara aplikatif dan tidak terbatas pada aspek teoritis semata.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM sebelumnya belum memiliki identitas merek yang jelas. Produk yang dipasarkan umumnya masih menggunakan kemasan standar tanpa logo, tanpa diferensiasi visual, dan belum dilengkapi dengan narasi yang menonjolkan keunggulan produk. Kondisi tersebut berpotensi melemahkan daya tarik produk di pasar, terutama ketika harus bersaing dengan produk sejenis.

Setelah dilakukan pendampingan, pelaku UMKM mulai menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap peran branding dalam membangun kepercayaan konsumen dan membedakan produk dari pesaing. Pelaku usaha mulai menyadari bahwa branding tidak hanya berkaitan dengan tampilan visual, tetapi juga mencerminkan nilai, kualitas, dan karakter produk yang ditawarkan. Pemahaman ini diharapkan dapat mendorong pelaku UMKM untuk secara berkelanjutan mengembangkan identitas merek sebagai bagian dari strategi pemasaran usaha mereka.

Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui Webinar, Branding Usaha, dan Pemetaan Lokasi Digital sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal
Rubini dkk



Perubahan yang terlihat antara lain adanya peningkatan kerapian kemasan produk, penggunaan logo pada media sosial dan kemasan, serta penggunaan bahasa promosi yang lebih persuasif. Hal ini memberikan dampak positif terhadap kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produknya, baik secara langsung maupun melalui platform digital.

3.1.3. Pembuatan dan Optimalisasi Media Digital UMKM

Sebagai bagian dari digitalisasi, mahasiswa KKN mendampingi pelaku UMKM dalam pembuatan dan pengelolaan akun media digital, seperti WhatsApp Business dan media sosial. Kegiatan ini bertujuan agar UMKM memiliki saluran komunikasi dan promosi yang lebih profesional dan mudah diakses oleh konsumen.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa setelah memiliki akun digital, pelaku UMKM lebih aktif dalam mempromosikan produk. Beberapa UMKM mulai mengunggah konten produk secara rutin, menampilkan harga, deskripsi produk, serta informasi pemesanan. Meskipun masih sederhana, langkah ini menjadi awal penting bagi UMKM untuk memasuki ekosistem digital. Namun demikian, masih ditemukan kendala berupa keterbatasan waktu dan konsistensi pelaku UMKM dalam mengelola media digital. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan lanjutan masih diperlukan agar digitalisasi usaha dapat berjalan secara berkelanjutan.

Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui Webinar, Branding Usaha, dan Pemetaan Lokasi Digital sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal
Rubini dkk



3.1.4. Pemetaan Lokasi Digital UMKM

Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui Webinar, Branding Usaha, dan Pemetaan Lokasi Digital sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal

Rubini dkk

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) selanjutnya adalah pemetaan lokasi digital UMKM, yaitu kegiatan pendampingan kepada pelaku usaha untuk mencantumkan dan mengelola lokasi usaha pada platform peta digital. Program ini dirancang sebagai upaya untuk meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas usaha, khususnya bagi konsumen baru yang belum mengenal lokasi UMKM secara langsung. Keberadaan lokasi digital menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran berbasis teknologi di era digital.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendampingan langsung kepada pelaku UMKM, mulai dari proses pembuatan akun lokasi usaha, pengisian identitas usaha, hingga pengunggahan informasi dasar seperti alamat, jam operasional, dan kontak yang dapat dihubungi. Mahasiswa KKN juga memberikan penjelasan mengenai cara mengelola lokasi digital agar tetap aktif dan informatif, sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana promosi usaha.

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM sebelumnya belum memahami pentingnya pencantuman lokasi usaha pada peta digital. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut atau pelanggan sekitar, tanpa mempertimbangkan potensi konsumen dari luar wilayah. Kondisi tersebut menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar dan minimnya eksposur usaha di ruang digital. Setelah dilakukan pendampingan, pelaku UMKM mulai menyadari bahwa keberadaan lokasi digital memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menemukan tempat usaha, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta memperluas peluang kunjungan. Selain itu, pencantuman lokasi digital juga dinilai membantu UMKM membangun citra usaha yang lebih profesional. Temuan ini menunjukkan bahwa pemetaan lokasi digital berkontribusi positif dalam mendukung penguatan pemasaran dan keberlanjutan usaha UMKM..

Pemetaan ini juga memberikan manfaat tambahan berupa kemudahan dalam melakukan promosi berbasis lokasi serta membuka peluang kerja sama dengan konsumen dan mitra usaha di luar wilayah sekitar. Pemetaan lokasi digital terbukti meningkatkan aksesibilitas UMKM bagi konsumen. Keberadaan lokasi usaha pada platform peta digital tidak hanya memudahkan pencarian oleh pelanggan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap legalitas dan keberadaan usaha. Strategi ini dinilai efektif sebagai langkah awal integrasi UMKM ke dalam ekosistem digital yang lebih luas.[6]

3.2. Pembahasan

3.2.1. Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Lokal

Hasil pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM merupakan strategi yang relevan dan kontekstual dalam mendukung penguatan ekonomi lokal. Pemanfaatan teknologi digital, seperti media promosi daring, sistem pembayaran digital, dan pemetaan lokasi usaha, memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Dengan adanya digitalisasi, usaha yang sebelumnya terbatas pada lingkup lokal mulai memiliki peluang untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih besar.

Digitalisasi UMKM terbukti tidak hanya berdampak pada peningkatan aspek pemasaran, tetapi juga berkontribusi terhadap efisiensi dan profesionalisme pengelolaan usaha. Pelaku UMKM menjadi lebih terbantu dalam menyampaikan informasi produk, berinteraksi dengan konsumen, serta membangun citra usaha yang lebih kredibel. Kondisi ini memperkuat posisi UMKM sebagai penggerak utama ekonomi masyarakat dan mendukung terciptanya ekosistem usaha yang berkelanjutan. Selain berdampak secara teknis, program digitalisasi juga mendorong terjadinya perubahan pola pikir pelaku UMKM. Pelaku usaha mulai memahami bahwa pemanfaatan teknologi digital merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindari di tengah dinamika perkembangan ekonomi dan persaingan usaha. Kesadaran ini menjadi modal penting dalam meningkatkan kesiapan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan, termasuk menghadapi tantangan pasar di era digital.

Temuan ini sejalan dengan konsep penguatan ekonomi lokal yang menekankan pada peningkatan kapasitas, kemandirian, dan daya saing pelaku ekonomi di tingkat akar rumput. Melalui pendampingan digital yang bersifat edukatif dan aplikatif, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh keterampilan baru, tetapi juga motivasi untuk terus mengembangkan usahanya. Dengan demikian, program KKN berbasis

Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui Webinar, Branding Usaha, dan Pemetaan Lokasi Digital sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal

Rubini dkk

digitalisasi UMKM dapat dinilai sebagai intervensi yang efektif dalam mendukung penguatan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

3.2.2. Efektivitas Pendekatan Edukatif melalui Webinar

Webinar sebagai salah satu metode pengabdian kepada masyarakat terbukti efektif dalam menyampaikan informasi serta meningkatkan literasi digital pelaku UMKM. Melalui pendekatan daring, proses transfer pengetahuan dapat dilakukan secara lebih efisien dan fleksibel, sehingga mampu menjangkau peserta dari latar belakang usaha yang beragam. Materi yang disampaikan dalam webinar memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya digitalisasi usaha, sekaligus membuka wawasan pelaku UMKM terhadap peluang pemanfaatan teknologi dalam pengembangan bisnis.

Meskipun demikian, hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pemberian edukasi melalui webinar saja belum sepenuhnya cukup untuk mendorong perubahan praktik usaha secara optimal. Sebagian pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam menerapkan materi yang telah diperoleh, seperti keterbatasan keterampilan teknis, kurangnya pengalaman praktik langsung, serta rendahnya kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital. Kondisi ini mengindikasikan bahwa proses pembelajaran perlu dilengkapi dengan tahapan pendampingan yang lebih aplikatif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, webinar dapat diposisikan sebagai tahap awal atau pintu masuk dalam proses pemberdayaan UMKM, yang selanjutnya perlu diperkuat dengan pendampingan praktis di lapangan. Pendampingan tersebut berperan penting dalam membantu pelaku usaha mengimplementasikan pengetahuan secara nyata, menyesuaikan teknologi dengan konteks usaha masing-masing, serta memastikan terjadinya perubahan yang berkelanjutan. Dengan pendekatan yang terintegrasi antara edukasi dan pendampingan, kegiatan pengabdian diharapkan mampu memberikan dampak nyata bagi penguatan UMKM dan ekonomi lokal.

Hasil pelaksanaan webinar menunjukkan bahwa pendekatan edukatif berbasis daring efektif meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi informasi. Webinar menjadi sarana yang adaptif dan fleksibel, khususnya bagi pelaku UMKM dengan keterbatasan waktu dan mobilitas. Namun demikian, edukasi berbasis webinar perlu dilengkapi dengan pendampingan langsung agar pengetahuan yang diperoleh dapat diimplementasikan secara optimal dalam praktik usaha.[7]

3.2.3. Branding Usaha sebagai Penguat Daya Saing UMKM

Pendampingan branding usaha memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kepercayaan diri dan profesionalitas pelaku UMKM. Melalui proses pendampingan, pelaku usaha mulai memahami pentingnya identitas merek sebagai representasi nilai, kualitas, dan karakter produk yang ditawarkan. Identitas merek yang jelas membantu UMKM tampil lebih meyakinkan di hadapan konsumen serta membangun citra positif yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum pendampingan, sebagian besar UMKM belum memiliki elemen branding yang konsisten, seperti logo, kemasan, maupun pesan promosi yang terstruktur. Produk dipasarkan secara sederhana tanpa diferensiasi yang kuat dari kompetitor. Setelah pendampingan dilakukan, pelaku UMKM mulai menyadari bahwa branding bukan sekadar aspek visual, melainkan strategi penting untuk memperkuat posisi usaha di pasar.

Temuan ini juga mengungkap bahwa branding usaha tidak selalu harus dilakukan secara kompleks dan membutuhkan biaya besar. Pendekatan sederhana, seperti penggunaan logo yang konsisten, pemilihan warna dan nama usaha yang mudah diingat, serta penyusunan narasi produk yang jelas, sudah mampu memberikan dampak signifikan bagi UMKM skala kecil. Strategi yang tepat sasaran justru lebih efektif ketika disesuaikan dengan kapasitas dan kebutuhan riil pelaku usaha.

Dengan demikian, pendampingan branding menjadi bentuk intervensi yang relevan dalam penguatan UMKM, khususnya pada tahap awal pengembangan usaha. Pendekatan ini tidak hanya

Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui Webinar, Branding Usaha, dan Pemetaan Lokasi Digital sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal

Rubini dkk

meningkatkan daya saing produk, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir pelaku UMKM untuk memandang usahanya secara lebih profesional dan berorientasi jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa branding memiliki peran strategis dalam mendukung keberlanjutan UMKM dan pertumbuhan ekonomi lokal. Pendampingan branding usaha memberikan dampak nyata terhadap peningkatan profesionalitas UMKM. Identitas visual seperti logo, kemasan, dan narasi produk membantu UMKM membangun citra usaha yang lebih kuat dan mudah dikenali konsumen. Branding juga berfungsi sebagai pembeda produk di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, terutama dalam ekosistem digital.[8]

3.2.4. Tantangan Keberlanjutan Digitalisasi UMKM

Meskipun hasil pelaksanaan program menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan literasi dan praktik digital pelaku UMKM, masih ditemukan sejumlah tantangan dalam menjaga keberlanjutan proses digitalisasi. Kendala utama yang dihadapi meliputi keterbatasan literasi teknologi, rendahnya konsistensi dalam mengelola media digital, serta keterbatasan sumber daya manusia yang secara khusus menangani aspek pemasaran dan administrasi digital usaha. Kondisi tersebut berpotensi menghambat optimalisasi manfaat digitalisasi apabila tidak diikuti dengan pendampingan berkelanjutan.

Oleh karena itu, keberlanjutan digitalisasi UMKM memerlukan sinergi lanjutan antara berbagai pemangku kepentingan, khususnya perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan komunitas UMKM setempat. Perguruan tinggi dapat berperan melalui program pendampingan lanjutan dan transfer pengetahuan, sementara pemerintah daerah dapat mendukung melalui kebijakan, fasilitasi, dan akses program pemberdayaan. Kolaborasi tersebut diharapkan mampu memastikan bahwa inisiatif digitalisasi UMKM tidak berhenti setelah program KKN selesai, tetapi berkembang menjadi proses pemberdayaan yang berkelanjutan dan berdampak jangka panjang bagi penguatan ekonomi lokal.

3.2.5. Peran Mahasiswa dalam Pemberdayaan Masyarakat

Hasil pelaksanaan kegiatan KKN ini menegaskan bahwa mahasiswa memiliki peran strategis sebagai agen perubahan (*agent of change*) di tengah masyarakat. Melalui pendampingan yang dilakukan, mahasiswa tidak hanya berkontribusi dalam peningkatan kapasitas UMKM, khususnya pada aspek literasi digital dan penguatan usaha, tetapi juga mendorong terjadinya perubahan pola pikir pelaku usaha terhadap pentingnya inovasi dan adaptasi teknologi. Peran tersebut menunjukkan bahwa kehadiran mahasiswa mampu menjadi katalisator dalam proses pemberdayaan masyarakat secara partisipatif.

Selain berdampak pada penguatan kapasitas UMKM, kegiatan pendampingan juga membangun relasi sosial yang positif antara perguruan tinggi dan masyarakat. Interaksi yang intensif selama proses pendampingan menumbuhkan rasa saling percaya, keterbukaan, dan kerja sama yang berkelanjutan. Hubungan ini menjadi modal sosial yang penting bagi keberlanjutan program pemberdayaan, sekaligus memperkuat peran perguruan tinggi sebagai mitra strategis masyarakat dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal. Di sisi lain, kegiatan KKN ini menjadi sarana pembelajaran kontekstual bagi mahasiswa untuk mengimplementasikan pengetahuan akademik dalam menghadapi dan menyelesaikan persoalan nyata di lapangan. Mahasiswa dilatih untuk berpikir kritis, adaptif, dan solutif dalam merespons kebutuhan masyarakat. Pengalaman ini tidak hanya meningkatkan keterampilan praktis dan sosial mahasiswa, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa STAI Terpadu Yogyakarta yang berfokus pada pendampingan digitalisasi UMKM, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian ini memberikan kontribusi positif terhadap penguatan ekonomi lokal. Pendampingan yang dilakukan melalui webinar edukasi, penguatan branding usaha, serta pemetaan lokasi digital mampu

Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui Webinar, Branding Usaha, dan Pemetaan Lokasi Digital sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal

Rubini dkk

meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, khususnya dalam memahami pentingnya pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan usaha.

Kegiatan webinar terbukti efektif sebagai media transfer pengetahuan awal terkait pemasaran digital dan strategi pengembangan usaha. Sementara itu, pendampingan branding membantu pelaku UMKM membangun identitas usaha yang lebih profesional dan kompetitif, sehingga produk menjadi lebih mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, pemetaan lokasi digital memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan aksesibilitas usaha serta kepercayaan konsumen, karena keberadaan UMKM dapat ditemukan secara lebih mudah melalui platform digital.

Secara keseluruhan, integrasi antara edukasi daring, pendampingan branding, dan pemetaan lokasi digital menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan yang terstruktur dan berbasis kebutuhan UMKM mampu mendorong adaptasi pelaku usaha terhadap ekosistem digital. Dengan demikian, kegiatan KKN ini tidak hanya berperan sebagai sarana pengabdian kepada masyarakat, tetapi juga sebagai model pemberdayaan UMKM berbasis digital yang relevan dan berkelanjutan dalam mendukung penguatan ekonomi lokal.

Daftar Pustaka

- [1] Bappenas, "Laporan Pembangunan Nasional," Jakarta, 2023.
- [2] Kementerian Koperasi dan UKM RI, *Transformasi Digital UMKM di Indonesia, ed. I*. Jakarta: KemenKopUKM, 2022.
- [3] R. S. Nugroho, *Pemasaran Digital bagi UMKM*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021.
- [4] D. A. Putri dan S. Hartono, *Branding dan Promosi untuk Usaha Mikro*. Jakarta: Gramedia, 2020.
- [5] Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, *Peta Jalan Digitalisasi UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM, 2021.
- [6] U. Prasetyo, B. & Trisyanti, "Transformasi Digital sebagai Strategi Pengembangan Usaha Mikro," *J. Ris. Ekon. dan Bisnis*, vol. 14, no. 1, pp. 88–95, 2018.
- [7] A. Sari, N. & Widodo, "Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 2, pp. 134–140., 2020.
- [8] K. L. Kotler, P. & Keller, *Marketing Management, 15th ed.* New Jersey: Pearson Education, Inc, 2016.