

PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI DIGITALISASI DAN INOVASI BRANDING DI PONDOK RANJI, CIPUTAT TIMUR

Mohammad Naufaldi¹, Yassin Syuhada Akbar², Thurisina Rahmawati³, Ricky Budi Utomo⁴, Muhammad Dwi Rizqi⁵, Ernawati⁶, Dhiya Aafreen Kaysan Jalil⁷, Lutfillah Afy Hidayanti⁸, Faaris Hassan Kamal⁹, Nurhuda¹⁰, Yanti Budiasih¹¹

¹⁻⁹ Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan

⁸ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan,
E-mail: yantibudiasih@yahoo.com

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM berskala kecil melalui transformasi digital dan peningkatan branding usaha. Kegiatan difokuskan pada pelaku UMKM di Pondok Ranji, Ciputat Timur, yang masih memiliki keterbatasan dalam pemasaran digital dan pengelolaan keuangan. Metode pelaksanaan meliputi workshop, pendampingan, serta pendekatan door to door untuk mengenalkan penggunaan QRIS, Google Maps, dan media sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa mitra berhasil mengadopsi alat digital dasar, membuat profil usaha online, serta meningkatkan identitas visual usaha. Program ini berhasil meningkatkan visibilitas usaha, keterlibatan konsumen, serta literasi digital dan keuangan mitra.

Abstract

This community service program aims to empower small-scale micro businesses through digital transformation and branding enhancement. The program targets micro-entrepreneurs in Pondok Ranji, Ciputat Timur, who have limited knowledge of digital marketing and financial management. The method involves workshops, mentoring, and door-to-door assistance to introduce tools such as QRIS, Google Maps, and social media marketing. The results show that partners successfully adopted basic digital tools, created online business profiles, and improved their visual branding. The project fosters greater business visibility, stronger customer engagement, and enhanced financial literacy among participants.

Kata kunci: digitalisasi, UMKM, pemberdayaan, QRIS, pengabdian masyarakat

1. PENDAHULUAN

“UMKM merupakan tulang punggung ekonomi nasional di era digitalisasi global, karena berperan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat” (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit usaha, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 60,5% dan penyerapan tenaga kerja hingga 97% dari total angkatan kerja nasional. Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, sebagian besar UMKM masih menghadapi tantangan serius dalam aspek digitalisasi, literasi teknologi, dan inovasi pemasaran (Wahyudi & Putri, 2021).

Kondisi objektif di wilayah Pondok Ranji, Ciputat Timur, menunjukkan fenomena serupa. Berdasarkan hasil observasi awal tim KKN Kelompok 2 Genovation (2025), sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini masih mengandalkan sistem penjualan konvensional. Hanya sekitar 20% pelaku usaha yang telah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, dan kurang dari 10% yang memanfaatkan metode pembayaran digital seperti QRIS. Kondisi ini disebabkan oleh rendahnya literasi digital, keterbatasan pengetahuan tentang branding, serta belum optimalnya kemampuan membuat konten promosi digital yang menarik. Hal ini

menunjukkan adanya kesenjangan digital yang berpotensi menghambat daya saing UMKM lokal di pasar modern.

Isu utama yang dihadapi masyarakat dampingan adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan manajemen usaha. Fokus pengabdian diarahkan pada peningkatan kemampuan digitalisasi dan inovasi branding melalui pelatihan berbasis komunitas. Program ini juga bertujuan memperkenalkan pelaku UMKM terhadap praktik bisnis modern, seperti penggunaan QRIS, Google Maps Bisnis, dan strategi pemasaran media sosial yang efektif. Pendekatan yang digunakan mengacu pada model community-based empowerment, yaitu pemberdayaan yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif perubahan (Aminah & Prakoso, 2023).

Pemilihan komunitas UMKM Pondok Ranji sebagai subjek pengabdian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, wilayah ini memiliki potensi ekonomi lokal yang besar, terutama dalam bidang kuliner dan jasa kreatif, namun belum terkelola optimal secara digital. Kedua, masyarakat memiliki antusiasme tinggi terhadap inovasi usaha tetapi membutuhkan pendampingan dalam penerapan teknologi. Ketiga, lokasi Pondok Ranji yang berdekatan dengan kawasan pendidikan memberikan peluang kolaborasi yang kuat antara akademisi dan masyarakat dalam mendorong inovasi berbasis digital.

Melalui program ini, diharapkan terjadi perubahan sosial berupa peningkatan kompetensi digital, kemandirian ekonomi, dan jaringan kolaborasi antar pelaku UMKM lokal. Literasi digital diharapkan tidak hanya menjadi keterampilan teknis, tetapi juga membentuk pola pikir baru yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Penelitian oleh Fadilah dan Ramadhan (2023) menegaskan bahwa literasi digital yang baik berperan penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha kecil. Senada dengan itu, Rahayu dan Sari (2023) menyatakan bahwa strategi branding digital terbukti meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan pada sektor UMKM.

Selain itu, studi oleh Handayani et al. (2024) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital pada UMKM mampu meningkatkan efisiensi operasional hingga 35% dan memperluas jangkauan pasar. Sementara itu, laporan World Bank (2022) mengungkapkan bahwa 80% UMKM yang melakukan transformasi digital mengalami peningkatan pendapatan signifikan dalam dua tahun terakhir. Berdasarkan data dan literatur tersebut, kegiatan pengabdian ini diharapkan menjadi solusi strategis dalam memperkuat kapasitas digital masyarakat Pondok Ranji secara berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Program ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, di mana mahasiswa, dosen, dan pelaku UMKM bekerja sama secara langsung dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan. Metode yang digunakan meliputi observasi dan identifikasi masalah, perencanaan program kerja, pelatihan dan pendampingan, implementasi digitalisasi, serta monitoring dan evaluasi. Pendekatan kolaboratif ini sejalan dengan konsep community-based development, yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan perubahan sosial (Bator et al., 2011).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan peningkatan nyata dalam aspek digitalisasi dan manajemen usaha mitra UMKM: Mitra telah mampu membuat profil bisnis di Google Maps dan menggunakan sistem pembayaran QRIS; mitra memperoleh banner promosi dan desain visual yang meningkatkan citra profesional usaha; serta kegiatan bakti sosial mempererat hubungan antara mahasiswa dan masyarakat. Secara umum, pelaku UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap manfaat digitalisasi dan lebih percaya diri mengelola usaha secara mandiri.

Hal ini memperkuat pandangan Tambunan (2024) bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya ditentukan oleh infrastruktur teknologi, tetapi juga oleh keterlibatan dan motivasi pelaku usaha untuk beradaptasi.

Secara sosial, kegiatan ini mendorong terbentuknya budaya kolaboratif di antara pelaku UMKM. Pendekatan *community-based empowerment* terbukti efektif dalam menciptakan interaksi dua arah antara mahasiswa, dosen, dan masyarakat, di mana transfer pengetahuan tidak bersifat satu arah melainkan saling menguatkan. Antusiasme pelaku UMKM menjadi indikator penting bahwa proses digitalisasi tidak berhenti pada kegiatan KKN semata, melainkan berkembang menjadi gerakan bersama untuk transformasi ekonomi lokal. Sebagaimana diungkapkan oleh Sakti (2025), peningkatan literasi digital yang dikombinasikan dengan dukungan komunitas mampu meningkatkan produktivitas dan intensitas pemasaran UMKM secara signifikan. Fenomena tersebut juga memperlihatkan bahwa pelaku usaha kini lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi untuk ekspansi pasar dan menjalin kerja sama lintas sektor.

Lebih lanjut, hasil kegiatan menunjukkan adanya komitmen berkelanjutan dari tim pengabdian masyarakat untuk menjaga kesinambungan program. Meskipun kegiatan KKN telah berakhir, proses digitalisasi UMKM di Pondok Ranji akan terus berlanjut. Hal ini didorong oleh tingginya antusiasme mitra yang membutuhkan arahan lanjutan dan bersedia mengikuti perkembangan teknologi. Sebagai bentuk tanggung jawab sosial, kelompok KKN Genovation berkomitmen memberikan bantuan modal tambahan bagi pelaku UMKM sebagai langkah awal memperkuat keberlanjutan usaha berbasis digital. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Rahmawati dan Hasanah (2022) yang menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan berkelanjutan berpengaruh positif terhadap kesiapan UMKM menghadapi transformasi digital. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan output berupa peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga menghasilkan perubahan sosial berkelanjutan berupa munculnya kesadaran kolektif masyarakat terhadap pentingnya literasi digital dalam mempertahankan daya saing ekonomi lokal.

DISKUSI

Kegiatan pengabdian masyarakat bertema “Pengembangan dan Digitalisasi UMKM Pendukung Bagi Masyarakat Menengah ke Bawah” dilaksanakan oleh kelompok KKN Genovation 2 Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta. Seluruh tahapan kegiatan berjalan sesuai dengan rencana, mulai dari pembukaan dan survei lokasi, pembuatan Google Maps dan QRIS, pembuatan banner usaha, hingga bakti sosial dan sosialisasi digitalisasi UMKM.



Gambar 1. Survei awal pelaksanaan kegiatan

Secara umum, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan digital dan branding usaha pada para pelaku UMKM mitra, yaitu Warung Ce Kokom, Warung Mama Slamet, dan Warung Mama Yoga di wilayah Pondok Ranji. Mitra mampu memanfaatkan teknologi digital seperti Google Maps dan sistem pembayaran QRIS untuk mendukung transaksi dan promosi usaha. Mereka juga mendapatkan banner usaha yang memperjelas identitas visual dan menarik perhatian konsumen.



Gambar 2. Pemasangan Banner disalah satu UMKM mitra

Selain itu, kegiatan bakti sosial dan pendekatan *door to door* menciptakan hubungan sosial yang harmonis antara mahasiswa, pelaku UMKM, dan masyarakat sekitar. Kolaborasi ini memperkuat semangat gotong royong dan menumbuhkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menghadapi transformasi digital.

Hasil kegiatan ini memperkuat teori bahwa digitalisasi berperan penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Wahyudi dan Putri (2021) menegaskan bahwa adaptasi teknologi menjadi strategi utama bagi UMKM untuk bertahan di era industri 4.0. Dalam konteks ini, pelatihan digital seperti pembuatan akun bisnis, pemanfaatan QRIS, serta pemasaran melalui media sosial telah meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha mitra. Temuan lapangan juga sejalan dengan penelitian Sari dan Pratama (2020) yang menyebutkan bahwa literasi digital dan manajemen keuangan sederhana berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha kecil. Melalui pendampingan dan praktik langsung, mitra UMKM menunjukkan perubahan perilaku bisnis dari pola konvensional menuju pola digital yang lebih adaptif.



Gambar 3. Foto bersama salah satu UMKM terdampak dan DPL

Pendekatan *community-based development* (Bator, Bryan, & Schultz, 2011) yang digunakan dalam kegiatan KKN terbukti efektif karena melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap proses perubahan. Mahasiswa berperan sebagai fasilitator dan mitra belajar, bukan sekadar pengajar, sehingga tercipta transformasi sosial yang berkelanjutan. Hasilnya, masyarakat tidak hanya memperoleh keterampilan baru, tetapi juga membangun kesadaran kolektif tentang pentingnya kolaborasi dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Rahmawati dan Hasanah (2022) menambahkan bahwa pelatihan digital berbasis komunitas mampu meningkatkan kemampuan adaptif UMKM terhadap perubahan ekonomi pascapandemi. Dalam konteks kegiatan ini, perubahan sosial terlihat melalui meningkatnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi berbasis digital serta perubahan persepsi terhadap penggunaan teknologi. Selain itu, hasil KKN juga mendukung teori transformasi digital oleh Vial (2019) yang menyatakan bahwa digitalisasi bukan hanya tentang penggunaan teknologi, tetapi juga melibatkan perubahan pola pikir, sistem operasional, dan hubungan dengan pelanggan. Para mitra UMKM kini mulai memahami pentingnya branding, promosi digital, serta pencatatan keuangan berbasis aplikasi sederhana. Ini menjadi indikator nyata dari transformasi sosial dan ekonomi di tingkat lokal.

Dari perspektif sosial, kegiatan bakti sosial yang menyertai pelatihan digital turut memperkuat solidaritas masyarakat dan membentuk *social learning environment* yang inklusif. Sebagaimana dinyatakan oleh Hidayati (2016), perubahan sosial yang berkelanjutan dapat terjadi bila masyarakat memiliki rasa kepemilikan terhadap proses perubahan itu sendiri. Hal ini tampak dalam meningkatnya antusiasme pelaku UMKM untuk terus mengembangkan usaha secara mandiri setelah kegiatan KKN berakhir.



Gambar 4. Foto bersama dengan salah satu UMKM terdampak

Kegiatan pengabdian masyarakat KKN Genovation 2 menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif berbasis komunitas efektif dalam meningkatkan kapasitas digital, manajerial, dan sosial pelaku UMKM. Transformasi digital yang awalnya dianggap sulit kini menjadi praktik sehari-hari bagi mitra. Hasil ini bukan hanya mendukung teori tentang pemberdayaan masyarakat dan digitalisasi UMKM, tetapi juga menunjukkan bukti nyata bahwa perubahan sosial dapat tercipta melalui proses pembelajaran partisipatif dan kolaboratif.

Kegiatan pengabdian masyarakat bertema "Pengembangan dan Digitalisasi UMKM Pendukung Bagi Masyarakat Menengah ke Bawah" yang dilaksanakan oleh kelompok KKN Genovation 2 Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta memiliki keterkaitan kuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustofa et al. (2025). Dalam studi berjudul *Efektivitas KKN ITB Ahmad Dahlan sebagai Usaha Peningkatan Ketahanan Hidup di Masa Unstabilitas*

Ekonomi Desa Jampang, Kemang, Bogor, kegiatan KKN juga berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana, pemanfaatan pekarangan untuk ketahanan pangan, serta digitalisasi pemasaran produk melalui media sosial, marketplace, dan Google Maps.

Hasil penelitian Mustofa et al. (2025) menunjukkan bahwa pendekatan digitalisasi berbasis komunitas tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis pelaku usaha, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial dan kapasitas adaptif masyarakat dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. Temuan tersebut memperkuat hasil kegiatan KKN di Pondok Ranji yang menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dan inovasi branding mampu meningkatkan daya saing, literasi keuangan, serta kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara mandiri.

Dengan demikian, kedua kegiatan pengabdian tersebut membentuk suatu pola yang konsisten bahwa pemberdayaan masyarakat melalui digitalisasi dan pendekatan community-based empowerment dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat ketahanan ekonomi lokal dan menciptakan perubahan sosial berkelanjutan. Model ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara akademisi, mahasiswa, dan pelaku usaha dalam mewujudkan transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan di tingkat komunitas.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas digital dan manajerial pelaku UMKM di Pondok Ranji. Mitra yang sebelumnya belum familiar dengan teknologi kini mampu mengelola promosi online dan transaksi digital. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan kolaboratif berbasis masyarakat efektif dalam menciptakan perubahan perilaku ekonomi lokal (Hidayati, 2016; Bator et al., 2011). Digitalisasi UMKM juga terbukti mendorong peningkatan produktivitas dan ketahanan usaha sebagaimana diungkapkan oleh Wahyudi dan Putri (2021). Ke depan, perlu dilakukan pendampingan lanjutan untuk memperkuat keberlanjutan praktik digitalisasi dan integrasi teknologi baru seperti e-payment analytics dan social commerce.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, L., & Prakoso, D. (2023). Pemberdayaan masyarakat berbasis komunitas dalam transformasi digital. *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 4(1), 33–42.
- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315.
- Fadilah, N., & Ramadhan, M. (2023). Literasi digital bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Sosiohumaniora*, 12(3), 210–222.
- Handayani, S., et al. (2024). Dampak pandemi terhadap percepatan digitalisasi UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 12–25.
- Hidayati, S. N. (2016). Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur*, 5(2), 57–66.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Laporan tahunan UMKM Indonesia. Jakarta: Kemenkop UKM.

- Melo, I. C., & kolega. (2023). Sustainable digital transformation in small and medium-sized enterprises. PLOS ONE.
- Muchtar, E. H. (2024). Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) e-Payment adoption: determinants and customer intention. *Cogent Social Sciences*, 10(1).
- Mustofa, A., Arsa, Y., Supriyanto, M., Said, H., Herman, & Tullah, R. (2025). Efektivitas KKN ITB Ahmad Dahlan sebagai Usaha Peningkatan Ketahanan Hidup di Masa Unstabilitas Ekonomi Desa Jampang, Kemang, Bogor. *Jurnal Abdimas LEBAH*, 19(1), 58–65.
- Purnomo, S. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic review. *Journal of Indonesian Studies*, 12(1), 45–67.
- Rahayu, T., & Sari, E. (2023). Pengaruh branding digital terhadap loyalitas konsumen UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 87–96.
- Rahmawati, D., & Hasanah, N. (2022). Digital Transformation Readiness of MSMEs in the Post-Pandemic Era. *Jurnal Inovasi Sosial dan Ekonomi Digital*, 4(1), 22–34.
- Research on QRIS adoption (Malang study). (2025). *East Java Journal of Management*, 5(1), 77–95.
- Risdwiyanto, A., & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur*, 5(1), 1–23.
- Sakti, N. C. (2025). The influence of financial and digital literacy on SMEs' productivity in Indonesia: The mediating role of marketing intensity. *Journal of Small Business Studies*, 7(1), 33–56.
- Sari, N., & Pratama, R. (2020). Peran Literasi Digital dalam Pemberdayaan UMKM. *Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 45–53.
- Study on social commerce in Indonesia. (2025). *International Journal of E-Commerce and Digital Marketing*, 2(2), 88–105.
- Tambunan, T. T. H. (2024). Recent evidence on the digitalization process in Indonesian MSMEs. *International Journal of Contemporary Social Research*, 6(2), 101–119.
- Wahyudi, D., & Putri, A. (2021). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing di Era Industri 4.0. *Jurnal Abdimas Nusantara*, 3(2), 88–97.
- World Bank. (2022). Digital transformation of small and medium enterprises in Southeast Asia. Washington, DC: World Bank Publications.
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.