



DOI: <https://doi.org/10.38035/v1i2>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pemberdayaan Umkm Melalui Digitalisasi dan Rebranding: Studi Kasus Kelompok Kkn 25 “Abhinaya” di Desa Sumber Jaya

Anindya Putri Narpati¹, Dilla Ghaisani Putri², Ummu Azmi Sabila³, Nazwa Salsabila⁴, Nasywa Tazqiya Ramadani⁵, Ahmad Sufyan Hariri⁶, Amir Hamzah⁷, Giovanni Seandro Nur Widyadhana⁸.

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, anindyaaputri98@gmail.com

²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, dillaputri523@gmail.com

³Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, sabilaazmi1302@gmail.com

⁴Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, salsabilanazwa69@gmail.com

⁵Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, trnasywa@gmail.com

⁶Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, ahmdsufyan28@gmail.com

⁷Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, amirhmzh24@gmail.com

⁸Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, giosegaming@gmail.com

Corresponding Author: anindyaaputri98@gmail.com¹

Abstract: *Community Service Program (KKN) Group 25 "Abhinaya" (Real Diversity Action for Sumberjaya Village) from Bhayangkara Jakarta Raya University carried out a community engagement program entitled "Digitalization and Rebranding of Village UMKM" in Sumberjaya Village, South Tambun District, Bekasi Regency. The program involved 15 students from various academic disciplines, including Communication Studies, Computer Science, Economics and Business, Engineering, and Law, who collaborated across disciplines to achieve the program objectives. The Community Service Program (KKN) is a form of student community engagement that provides valuable field experience while enhancing social awareness and responsibility. The activities included the digitalization of village administration through the installation of QR Codes for public complaint services and citizen data collection, digital literacy education for school students, the creation of DANA and GoPay digital payment QR Codes along with promotional banners for UMKM, and the installation of convex mirrors at accident-prone road intersections. Digital transformation has proven to improve operational efficiency, expand market access, and support the sustainability of UMKM businesses. The results of the program demonstrated an increase in the digital capabilities of village officials, improved student understanding of social media safety and responsible digital behavior, and effective utilization of digital payment QR Codes and promotional banners as marketing tools for UMKM. This program highlights the effectiveness of a multidisciplinary approach in empowering UMKM through the adoption of digital technology.*

Keyword: *UMKM Digitalization, Rebranding, Community Service Program (KKN), Community Empowerment, Digital Transformation*

Abstrak: Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kelompok 25 "Abhinaya" (Aksi Bhineka Nyata untuk Desa Sumberjaya) Universitas Bhayangkara Jakarta Raya melaksanakan program pengabdian masyarakat bertema "Digitalisasi dan Rebranding UMKM Desa" di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi. Program ini melibatkan 15 mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu (Ilmu Komunikasi, Ilmu Komputer, Ekonomi dan Bisnis, Teknik, dan Hukum) dengan kerja kolaboratif lintas bidang. KKN merupakan salah satu bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat yang memberikan pengalaman lapangan berharga serta meningkatkan kepekaan sosial. Kegiatan mencakup digitalisasi administrasi desa melalui pemasangan QR Code untuk sistem pengaduan dan pendataan warga, sosialisasi literasi digital bagi siswa sekolah, pembuatan QR Code pembayaran digital DANA dan GoPay serta pemasangan banner UMKM, dan pemasangan kaca cembung di titik rawan kecelakaan. Transformasi digital terbukti dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan mendukung keberlanjutan bisnis UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas digital perangkat desa, pemahaman siswa terhadap keamanan bermedia sosial, serta pemanfaatan QR Code pembayaran digital dan banner sebagai sarana promosi UMKM. Program ini membuktikan efektivitas pendekatan multidisiplin dalam pemberdayaan UMKM berbasis teknologi digital.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM, Rebranding, Kuliah Kerja Nyata, Pemberdayaan Masyarakat, Transformasi Digital

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan UKM (2023) menunjukkan bahwa UMKM mendominasi struktur usaha nasional dan berperan strategis dalam penyerapan tenaga kerja serta pengurangan pengangguran. Namun, pelaku UMKM di wilayah perdesaan masih menghadapi tantangan klasik: keterbatasan akses terhadap teknologi digital, kurangnya identitas merek yang profesional, serta rendahnya pemahaman mengenai legalitas usaha. Penelitian sistematis oleh Angraini et al. (2024) menegaskan bahwa transformasi digital pada UMKM mampu meningkatkan efektivitas pemasaran sekaligus membantu pelaku usaha menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin digital.

Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi, memiliki potensi ekonomi lokal yang signifikan melalui berbagai UMKM di sektor makanan-minuman, olahan rumahan, dan jasa. Observasi awal tim KKN menunjukkan bahwa meskipun lokasi berada di kawasan berkembang dengan akses teknologi memadai dan dominasi usia produktif, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, belum optimal memanfaatkan media digital seperti Instagram atau WhatsApp Business, serta belum memahami pentingnya legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB).

Kondisi ini sejalan dengan temuan berbagai studi sebelumnya. Barki (2024) menjelaskan bahwa penguatan strategi branding kreatif dan pemasaran digital yang terarah sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM, terutama di sektor kopi dan produk olahan. Sementara itu, Palahiyah et al. (2024) dalam penelitian pengabdiannya menemukan bahwa pendampingan digitalisasi melalui pendaftaran Google Maps, implementasi pembayaran QR, serta pembuatan banner, logo, dan kemasan baru dapat secara signifikan mengembangkan usaha mikro. Makbul & Ismail (2025) juga menekankan bahwa legalitas usaha memberikan kepastian hukum serta akses terhadap program-program bantuan pemerintah yang selama ini sulit dijangkau UMKM perdesaan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, KKN Kelompok 25 Abhinaya merancang program "Digitalisasi dan Rebranding UMKM Desa" dengan melibatkan mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Ilmu Komputer, Ekonomi dan Bisnis, Teknik, dan Hukum. Program ini bertujuan membantu pelaku UMKM meningkatkan kualitas usaha melalui pemanfaatan teknologi digital, penguatan identitas merek, dan peningkatan pemahaman legalitas usaha. Sebagaimana dikemukakan Ribek et al. (2023), karakteristik demografis masyarakat usia produktif di wilayah peri-urban seperti Desa Sumberjaya menunjukkan tingkat kesiapan adopsi teknologi yang cukup tinggi, sehingga program pendampingan digital memiliki peluang keberhasilan yang besar.

METODE

Lokasi dan Waktu

Kegiatan KKN Kelompok 25 Abhinaya dilaksanakan di Posko Kp. Warung Asem, RW 001, Dusun 1, Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi, pada periode 19 Mei hingga 7 Juni 2026. Lokasi ini dipilih berdasarkan hasil observasi awal yang menunjukkan kebutuhan mitra terhadap digitalisasi dan rebranding UMKM desa.

Subjek dan Sasaran Kegiatan

Sasaran program meliputi tiga kelompok utama: (1) perangkat desa sebagai pengelola administrasi dan data masyarakat; (2) siswa MTs Daarun Na'im sebagai generasi muda yang membutuhkan literasi digital; dan (3) pelaku UMKM di wilayah RW 01 sebagai mitra utama program digitalisasi dan rebranding. Keterlibatan mahasiswa dalam berbagai peran selama kegiatan pengabdian dapat meningkatkan kompetensi mereka. Peningkatan kompetensi tersebut sangat dipengaruhi oleh keberagaman peran dan tanggung jawab yang diemban.

Tahapan Pelaksanaan

1. Tahap Persiapan (8-18 Mei 2026): Rapat koordinasi internal, pembekalan oleh Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), survei lokasi, pemasangan banner, dan koordinasi dengan pemerintah desa.
2. Tahap Pelaksanaan (19 Mei-7 Juni 2026): Pembukaan KKN resmi, sosialisasi dan pendampingan teknis, pelaksanaan program kerja, serta monitoring dan evaluasi berkala.
3. Tahap Evaluasi dan Pelaporan: Diskusi evaluasi setelah setiap hari pelaksanaan, penyusunan logbook kegiatan, dan dokumentasi seluruh rangkaian program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digitalisasi Adminstrasi Desa



Gambar 1. Sosialisasi penggunaan QR Code untuk sistem pengaduan dan pendataan masyarakat.

Pada tanggal 24 Mei 2026, tim KKN dari Fakultas Teknik melaksanakan sosialisasi mengenai pemanfaatan QR Code kepada masyarakat di RW 01 Desa Sumberjaya. Sosialisasi dilakukan secara door to door ke rumah warga di RT 01 dan RT 04. Materi yang disampaikan meliputi fungsi QR Code untuk sistem pengaduan layanan masyarakat dan pendataan kependudukan, serta cara penggunaannya melalui ponsel pintar.



Gambar 2. Pemasangan QR Code oleh tim KKN di rumah ketua RW dan ketua RT sebagai bagian dari digitalisasi administrasi Desa Sumberjaya.

Selanjutnya, tim KKN dari Fakultas Teknik melanjutkan program kerja dengan melakukan pemasangan QR Code di rumah ketua RW 01, RT 01, dan RT 04. Pemasangan dilakukan secara langsung di rumah-rumah warga pada ketiga RT tersebut. Untuk rumah warga di RT 02 dan RT 03, pemasangan QR Code diserahkan kepada Ketua RW setempat untuk selanjutnya dipasang oleh perangkat RW.

Setiap rumah warga menerima dua jenis QR Code yang ditempelkan, yaitu: (1) QR Code untuk sistem pengaduan layanan masyarakat, dan (2) QR Code untuk sistem pendataan kependudukan. Kedua QR Code ini terintegrasi langsung dengan Google Form yang terhubung ke perangkat desa. Hal ini memudahkan warga dalam menyampaikan pengaduan maupun memperbarui data kependudukan secara digital.

Hasil yang dicapai meliputi: (1) perangkat desa memiliki email aktif dan Google Form untuk pendataan dan pengaduan; (2) data masyarakat berhasil didata secara lengkap dengan format Excel terstruktur; (3) warga memahami penggunaan QR Code untuk mengakses sistem pengaduan dan pendataan. Capaian ini sejalan dengan temuan Irianto et al. (2022) bahwa digitalisasi pelayanan desa tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memperkuat transparansi birokrasi dan partisipasi warga dalam pembangunan desa.

Sosialisasi Literasi Digital Bagi Siswa



Gambar 3. Sosialisasi literasi digital dan cyberbullying di MTs Daarun Na'im, Tambun Selatan, dengan metode pemaparan materi interaktif dan diskusi.

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap: (1) definisi dan bentuk-bentuk cyberbullying; (2) dampak negatif dan hukum penyalahgunaan media sosial; (3) etika berkomunikasi di platform digital. Kegiatan ini sangat penting mengingat generasi muda merupakan pengguna aktif media sosial, namun rentan terhadap konten negatif dan hoaks, sebagaimana diidentifikasi dalam penelitian Djunaedi et al. (2024) yang menghubungkan literasi digital dengan pembentukan brand equity di kalangan konsumen muda.

Digital Marketing dan Rebranding UMKM



Gambar 4. Pendampingan pembuatan QR Code pembayaran digital DANA dan GoPay serta pemasangan banner kepada pelaku UMKM di RW 01 Desa Sumberjaya.

Pada 29 Mei 2026, tim KKN dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Fakultas Ilmu Komputer melaksanakan pendampingan door to door kepada pelaku UMKM di RW 01/RT 03. Dipilih tiga UMKM sebagai mitra pendampingan intensif. Pendampingan yang diberikan meliputi pembuatan QR Code untuk pembayaran digital melalui aplikasi DANA dan GoPay, serta pembuatan dan pemasangan banner untuk meningkatkan daya tarik UMKM.

Capaian ini merefleksikan temuan Cahyasari et al. (2024) bahwa digitalisasi melalui pendaftaran platform pesan antar dan pencatatan keuangan digital mampu meningkatkan omset penjualan UMKM hingga signifikan dalam waktu tiga bulan. Khoiriyah et al. (2024) juga mengonfirmasi bahwa pengembangan marketing UMKM melalui metode rebranding, termasuk pemasangan banner, mampu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Program Pemasangan Kaca Cembung



Gambar 5. Pemasangan kaca cembung oleh tim KKN di titik rawan kecelakaan wilayah Sumber Jaya.

Sebagai bentuk kontribusi nyata terhadap keselamatan masyarakat, pada tanggal 7 Juni 2026, tim KKN 25 Abhinaya melaksanakan pemasangan kaca cembung di salah satu titik rawan kecelakaan di wilayah Sumberjaya. Kegiatan ini melibatkan seluruh anggota kelompok sebagai program kerja gabungan lintas fakultas.

Pelaksanaan meliputi survei lokasi, perakitan kaca cembung, pengadaan perlengkapan (pasir, semen, dan material pendukung lainnya), serta proses pemasangan yang memakan waktu 2 jam 15 menit. Program ini menunjukkan bahwa pengabdian masyarakat tidak terbatas pada aspek ekonomi, tetapi juga mencakup keselamatan dan kenyamanan warga.

Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Setiap akhir hari pelaksanaan, tim KKN melakukan evaluasi untuk mengidentifikasi kendala dan merumuskan perbaikan. Beberapa tantangan yang dihadapi meliputi: (1) keterbatasan waktu karena padatnnya jadwal kegiatan; (2) perlunya pendekatan personal agar UMKM mau beralih ke sistem digital; (3) ketersediaan perlengkapan teknis yang harus dipersiapkan jauh hari.

Namun demikian, indikator keberhasilan program telah tercapai. UMKM mitra telah memiliki QR Code pembayaran digital DANA dan GoPay serta banner usaha yang terpasang. Hal ini sesuai dengan target keberhasilan program unggulan tematik yang ditetapkan oleh Kementerian Investasi/BKPM (2023) bahwa minimal lima UMKM memiliki sarana promosi digital dan lima produk memiliki kemasan atau label baru sebagai indikator keberhasilan program digitalisasi. Bahkan, secara makro, program seperti LinkUMKM dari BRI telah membuktikan bahwa pendampingan digital berskala besar mampu menjangkau lebih dari 14,8 juta pelaku UMKM dengan menyediakan lebih dari 690 modul pembelajaran dan fitur self-assessment untuk membantu UMKM naik kelas.

KESIMPULAN

Kegiatan KKN Kelompok 25 Abhinaya bertema "Digitalisasi dan Rebranding UMKM Desa" di Desa Sumberjaya berhasil dilaksanakan melalui berbagai program yang memberikan dampak positif bagi masyarakat. Digitalisasi administrasi desa melalui pemasangan dua jenis QR Code (pengaduan dan pendataan) yang terintegrasi dengan Google Form berhasil meningkatkan efektivitas pengelolaan data dan pelayanan publik di RW 01 Desa Sumberjaya. Sosialisasi literasi digital di MTs Daarun Na'im meningkatkan pemahaman siswa tentang bahaya *cyberbullying* dan etika bermedia sosial. Pembuatan QR Code pembayaran digital DANA dan GoPay serta pemasangan banner membantu UMKM mitra dalam melakukan transaksi non-tunai dan meningkatkan daya tarik usaha di mata konsumen. Selain itu, pemasangan kaca cembung di titik rawan kecelakaan turut mendukung keselamatan warga. Secara keseluruhan, kolaborasi lintas disiplin dalam program KKN ini terbukti efektif dalam mendukung digitalisasi, pemberdayaan UMKM, dan pembangunan masyarakat desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Kepala Desa Sumberjaya beserta jajaran perangkat desa, atas sambutan hangat, izin pelaksanaan, serta dukungan penuh selama kegiatan KKN berlangsung.
2. Seluruh warga masyarakat Desa Sumberjaya, khususnya pelaku UMKM dan siswa MTs Daarun Na'im, atas kepercayaan, partisipasi, dan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti setiap kegiatan.
3. Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan, atas dedikasi, bimbingan, serta motivasi sejak tahap persiapan hingga penyelesaian kegiatan.
4. Seluruh anggota Kelompok KKN 25 Abhinaya, atas kerja sama, semangat juang, dan dedikasi yang luar biasa selama menjalankan setiap rangkaian kegiatan di lapangan.

REFERENSI

- Angraini, D., Riady, Y., Putimasurai, P., Pratama, A., Sadria, A., & Rosmiati. (2024). Transformasi digital dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah tinjauan sistematis. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 7(2).
- Barki, K. (2024). Penguatan strategi branding kreatif dan pemasaran digital yang terarah untuk meningkatkan daya saing UMKM kopi.
- Cahyasari, D., Putri, A. S., & Rahima, A. (2024). Meningkatkan omset penjualan UMKM Desa Rancagong melalui rebranding dan digitalisasi. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 5(2), 76–85.
- Djunaedi, D., Laely, N., Sintia, E., & Pristiwan, L. (2024). Peningkatan omzet penjualan usaha kecil dan menengah melalui pelatihan social media berbasis online pada UMKM Tendea Catering. *Jurnal Graha Pengabdian*, 6(4).
- Irianto, H., Viesta, A. D., Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Anufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., Sofyana, & Hardiyanti, F. Y. (2022). *Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran dan penjualan online di Desa Tengklik. Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 60–64.
- Kementerian Investasi dan Hilirisasi/BKPM. (2023). *Panduan perizinan berusaha melalui OSS berbasis risiko*. Kementerian Investasi dan Hilirisasi/BKPM.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan data UMKM dan kontribusinya terhadap perekonomian nasional*. Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024). *Laporan kinerja Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023*. Kementerian Koperasi dan UKM.
- Khoiriyah, U., Pratama, A. D. P., Alwi, H., Askhar, B. M., Winarsih, T., Ronalmanto, & David, M. (2025). Pengembangan marketing UMKM jamu tradisional di Desa Pangkatrejo Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan dengan metode rebranding. *JAPM: Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 255–263.
- Makbul, M., & Ismail, M. (2025). Legalitas usaha sebagai penggerak budaya hukum pelaku UMKM di era digital: Antara kepatuhan dan resistensi. *Journal of Humanities and Education Studies (JHES)*, 8(1), 1–14.
- Palahiyah, P., Febriyani, S., Nugrahaeni, I. D., & Andara, A. M. (2024). Pengembangan strategi melalui digitalisasi dan rebranding pada UMKM jajanan Thaya. *JUAN: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 1(3), 125–133.
- Ribek, P. K., Deari, N. P. S., Putri, N. P. D. E., & Uga, Y. D. (2023). Pendampingan penggunaan digitalisasi produk UMKM Kopi Ulan Tari di Bali. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(1).