

# Pemberdayaan UMKM Pedesaan melalui Digitalisasi dan Legalitas Usaha: Studi Kasus Padukuhan Sendangtirto, Sleman

## *Empowering Rural MSMEs through Digitalization and Business Legality: A Case Study of Sendangtirto, Sleman*

Fitri Puspasari<sup>1\*</sup>, Hanifam Rezki Ramadhan<sup>2</sup>, Maritza Zahra Setyawan<sup>3</sup>, Gina Dewita<sup>4</sup>,  
Fiant Lintang Cahyani<sup>5</sup>, Hasna Nafiah Fadila<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Departemen Teknik Elektro dan Informatika, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Departemen Bahasa, Seni, dan Manajemen Budaya, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

<sup>3</sup>Departemen Ilmu Komputer dan Elektronika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

<sup>4</sup>Departemen Bahasa dan Sastra, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

<sup>5</sup>Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

<sup>6</sup>Departemen Ekonomika dan Bisnis, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

Diterima: 18 September 2025; Direvisi: 12 Januari 2026; Disetujui: 27 Januari 2026

### Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting the national economy, particularly as drivers of local economic activities and providers of employment opportunities in rural areas. However, village-level MSMEs continue to face various structural and operational challenges, including low levels of business legality, limited access to and utilization of digital technologies, and suboptimal product branding strategies. These constraints have led to reduced competitiveness of MSMEs in an increasingly competitive market environment. The Community Empowerment Learning Program (Kuliah Kerja Nyata–Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat, KKN-PPM) conducted by Universitas Gadjah Mada in Sendangtirto Village, Berbah Sub-district, Sleman Regency, was designed as a comprehensive effort to address these challenges. The program employed a participatory approach through socialization activities, training sessions, and direct assistance for MSME actors. Key activities included support for business legalization processes such as Business Identification Number (NIB) registration and halal certification, implementation of digital payment systems through QRIS, registration of businesses on digital platforms including Google Maps, Shopee Food, and online marketplaces, as well as training on product branding and digital literacy. The digital literacy component covered search engine optimization (SEO) and the utilization of artificial intelligence (AI) for promotional purposes. The results indicate an increased level of awareness among MSME actors regarding the importance of business legality, higher adoption of digital payment systems and online marketing platforms, and improvements in product branding strategies. Overall, the program contributed to enhancing the competitiveness of local MSMEs and strengthening the economic self-reliance of rural communities.*

**Keywords:** Digital marketing; Halal certification; QRIS; Digital literacy; Product branding

### Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian nasional, khususnya sebagai penggerak ekonomi lokal dan penyedia lapangan kerja di wilayah pedesaan. Meskipun demikian, UMKM di tingkat desa masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan operasional, seperti rendahnya kepemilikan legalitas usaha, keterbatasan akses serta pemanfaatan teknologi digital, dan belum

optimalnya strategi branding produk. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya daya saing UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Program Kuliah Kerja Nyata–Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKN-PPM) Universitas Gadjah Mada yang dilaksanakan di Kelurahan Sendangtirto, Kapanewon Berbah, Kabupaten Sleman, dirancang sebagai upaya untuk menjawab permasalahan tersebut secara komprehensif. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Program ini mencakup pendampingan pengurusan legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal, implementasi digitalisasi sistem pembayaran melalui QRIS, pendaftaran usaha pada platform digital seperti Google Maps, Shopee Food, dan marketplace, serta pelatihan branding produk dan literasi digital, termasuk pemanfaatan SEO dan kecerdasan buatan (AI) untuk promosi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya legalitas usaha, peningkatan adopsi pembayaran digital dan platform pemasaran daring, serta perbaikan strategi branding produk. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal dan memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat pedesaan.

**Kata kunci:** Pemasaran digital; Sertifikasi halal; QRIS; Literasi digital; *Branding* produk

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi yang sangat strategis dalam struktur perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Keuangan, UMKM berkontribusi sekitar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap hampir seluruh tenaga kerja Indonesia melalui 64 juta unit usaha yang tersebar di berbagai sektor (Kementerian Keuangan, 2023). Hal ini diperkuat oleh laporan Profil Industri Mikro dan Kecil 2023 yang diterbitkan Badan Pusat Statistik, yang menggambarkan kondisi terkini UMKM dari sisi jumlah unit usaha, distribusi per provinsi, serta karakteristik kegiatan usahanya. Fakta tersebut menunjukkan bahwa UMKM, khususnya di wilayah pedesaan, berkontribusi signifikan dalam mendukung kemandirian ekonomi masyarakat, meskipun masih menghadapi sejumlah tantangan.

UMKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, sektor ini menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap hingga 97% tenaga kerja (Kementerian Keuangan, 2023). Namun, permasalahan mendasar yang dihadapi UMKM antara lain masih rendahnya legalitas usaha seperti kepemilikan NIB maupun sertifikasi halal (Fathoni, dkk., 2025), serta keterbatasan literasi digital yang menghambat akses pasar (Maulida, dkk., 2024). Memperoleh legalitas usaha merupakan faktor penting dalam memperkuat keberlanjutan dan meningkatkan daya saing UMKM. Legalitas tidak hanya memberikan pengakuan hukum, tetapi juga membuka akses terhadap berbagai fasilitas pendukung usaha (Kasyir, dkk., 2024). Selain aspek legalitas, adaptasi terhadap perkembangan teknologi juga menjadi prasyarat utama agar UMKM mampu bersaing di era digital. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi, termasuk pemanfaatan QRIS sebagai sistem pembayaran, mampu meningkatkan efisiensi transaksi, *branding* usaha, dan daya saing UMKM (Sari & Adinugraha, 2021). Lebih jauh, strategi pemasaran digital melalui media sosial, *marketplace*, dan *e-commerce* telah terbukti memperluas jangkauan pasar dan mempercepat pertumbuhan UMKM (Yanuar dkk., 2022; Susilo dkk., 2022; Sibarani, 2024). Implementasi intervensi berbasis digital dan legalitas ini tidak hanya berfungsi meningkatkan pendapatan, tetapi juga memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan (Maulida, dkk., 2024).

Pemerintah telah merespons persoalan tersebut melalui agenda transformasi digital UMKM, dengan target membawa 30 juta UMKM masuk ke ekosistem digital pada tahun 2024. Sejumlah penelitian juga menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital, seperti *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), *marketplace*, dan media sosial, berperan dalam memperluas pasar, memperkuat identitas produk, serta meningkatkan efisiensi usaha. Hal ini menunjukkan perlunya intervensi yang terarah untuk mendukung keberlanjutan UMKM, khususnya di daerah pedesaan.

Program Kuliah Kerja Nyata–Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKN-PPM) Universitas Gadjah Mada yang dilaksanakan di Kelurahan Sendangtirto, Kapanewon Berbah, Kabupaten Sleman,

dirancang untuk memberikan solusi aplikatif terhadap permasalahan tersebut. Program ini menitikberatkan pada pendampingan legalitas usaha, digitalisasi pembayaran, pemasaran digital, dan penguatan branding produk. Partisipasi masyarakat, khususnya pelaku UMKM, menjadi elemen kunci karena mereka terlibat langsung dalam proses sosialisasi, pelatihan, dan implementasi inovasi yang ditawarkan. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses, hasil, dan dampak kegiatan pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan melalui program KKN-PPM di wilayah pedesaan.

Mitra sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kalurahan Sendangtirto, Kapanewon Berbah, Kabupaten Sleman, yang bergerak pada sektor kuliner, toko kelontong, dan produk olahan rumah tangga. UMKM mitra sebagian besar masih berada pada tahap awal pengembangan usaha, dengan permasalahan utama berupa rendahnya kepemilikan legalitas usaha, terbatasnya adopsi sistem pembayaran digital, serta minimnya pemanfaatan platform pemasaran berbasis daring.

Pembeda kegiatan ini dengan program pengabdian sejenis terletak pada pendekatan yang bersifat integratif dan partisipatif, yaitu menggabungkan pendampingan legalitas usaha (Nomor Induk Berusaha dan sertifikasi halal), digitalisasi pembayaran melalui QRIS, digitalisasi pemasaran melalui Google Maps dan platform pemesanan daring, serta penguatan branding dan literasi digital (SEO dan pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan). Selain berfokus pada sosialisasi, kegiatan ini menekankan pendampingan aplikatif secara langsung hingga UMKM mampu mengimplementasikan hasil pelatihan dalam praktik usaha sehari-hari.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata–Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKN-PPM) Universitas Gadjah Mada pada bulan Juni–Agustus 2025 di Kalurahan Sendangtirto, Kapanewon Berbah, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi target kegiatan adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada sektor makanan ringan, kuliner rumahan, toko kelontong, dan produk olahan lokal. Studi pendampingan UMKM menunjukkan bahwa transformasi digital dan penerapan sistem informasi sumber daya manusia mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan organisasi serta memperluas akses pasar bagi pelaku usaha. Pendekatan ini tidak hanya membantu mengatasi kendala internal berupa keterbatasan manajemen sumber daya manusia, tetapi juga mendorong UMKM untuk lebih adaptif terhadap tantangan eksternal, sehingga berpotensi meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tingkat lokal (Oktiawati, dkk., 2025).

Teknik pengumpulan data dilakukan dalam beberapa tahap.

1. Observasi & Pendataan Awal: Survei terhadap UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan legalitas, pemasaran, dan digitalisasi.
2. Sosialisasi & Pelatihan: Materi mengenai NIB, sertifikasi halal, QRIS, pemasaran digital, SEO, dan branding.
3. Pendampingan Aplikatif: Pembuatan akun Google Maps, pendaftaran QRIS, pembuatan toko online di Shopee Food/GrabFood, dan desain branding produk.
4. Evaluasi: Pengukuran melalui wawancara, kuesioner singkat, dan observasi perubahan perilaku usaha.

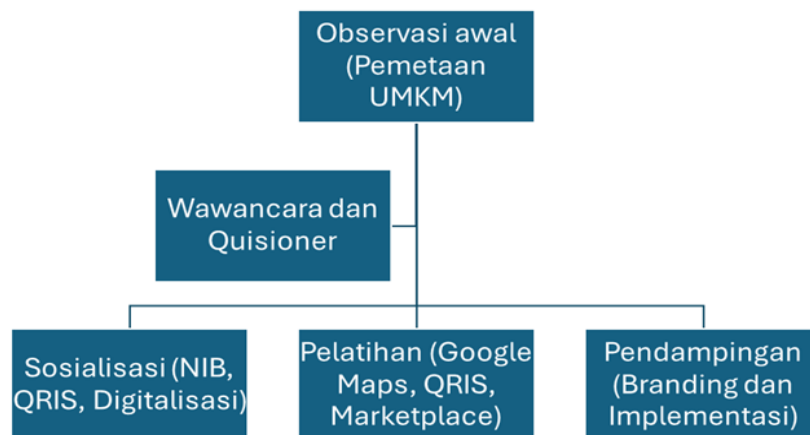
Pertama, observasi awal dilaksanakan untuk memetakan jumlah UMKM, jenis usaha, serta kondisi legalitas dan pemanfaatan teknologi digital. Kedua, dilakukan wawancara semi-terstruktur dengan pelaku UMKM untuk menggali permasalahan yang dihadapi, seperti kendala pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB), keterbatasan literasi digital, dan akses terhadap sistem pembayaran

non-tunai. Ketiga, kuesioner sederhana disebarakan untuk memperoleh data kuantitatif mengenai tingkat adopsi QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) serta penggunaan platform pemasaran digital.

Pemilihan sampel dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif UMKM dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan. Validitas data diperkuat melalui triangulasi metode, yakni dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Reliabilitas dicapai melalui uji konsistensi data yang diperoleh dari beberapa responden dan sumber yang berbeda (Catio, dkk., 2018).

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui program KKN-PPM ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan mitra secara aktif pada setiap tahapan kegiatan (**Gambar 1**). Mitra sasaran utama adalah pelaku UMKM di Padukuhan Tampungan dan Padukuhan Gandu, Kalurahan Sendangtirto, Kapanewon Berbah, Kabupaten Sleman, antara lain UMKM Basreng Kang Bahar, Siomay Bandung Mang Aris, Angkringan Bu Sari, Warung Kelontong Bu Cici, Kedai Ude, Donat dan Bomboloni U.ME, Warung Kelontong Bu Harti, serta Wit Gandu Pak Wawan.

Pada tahap perencanaan dan pendataan awal, pelaku UMKM dilibatkan dalam proses observasi dan identifikasi kebutuhan melalui kunjungan langsung dan diskusi informal. Kegiatan ini bertujuan untuk memetakan kondisi awal usaha, khususnya terkait kepemilikan legalitas usaha, sistem pembayaran yang digunakan, serta pemanfaatan media digital dalam pemasaran. Selain UMKM, koordinasi juga dilakukan dengan perangkat dukuh dan perwakilan **Karang Taruna Tunas Wijaya** untuk mendukung pelaksanaan program.

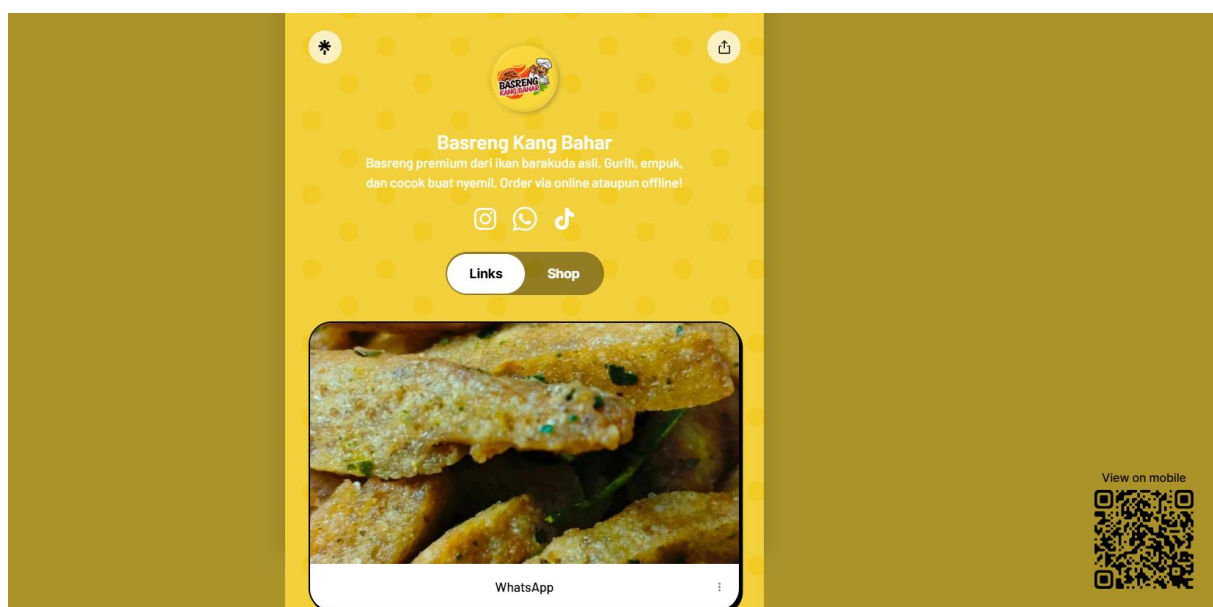


**Gambar 1.** Diagram proses metode pelaksanaan KKN-PPM

Kegiatan pelaksanaan pengabdian dilakukan dalam tiga tahap utama. Tahap pertama adalah sosialisasi mengenai pentingnya legalitas usaha, sistem pembayaran digital, pemasaran berbasis daring, dan branding produk. Tahap kedua berupa pelatihan partisipatif yang melibatkan UMKM secara langsung dalam praktik pendaftaran NIB melalui sistem *Online Single Submission* (OSS), aktivasi QRIS melalui mitra perbankan, serta pembuatan akun Google Maps dan Shopee Food. Tahap sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan dengan melibatkan mitra UMKM dan pemuda desa sebagai peserta aktif. Sosialisasi legalitas usaha dan praktik pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) dilakukan bersama UMKM Basreng Kang Bahar, sementara pelatihan digitalisasi pembayaran melalui QRIS dan pemasaran daring melibatkan UMKM Siomay Bandung Mang Aris serta beberapa UMKM lain yang berminat. Pada tahap ini, mitra tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat dalam diskusi dan praktik langsung, diantaranya ialah membuat *website*. *Website* ini berisi semua kontak, katalog produk dan sosial media dari UMKM tersebut, salah satunya yang dapat dilihat di

[linktr.ee/basrengkangbahar](http://linktr.ee/basrengkangbahar) (Gambar 2).

Tahap ketiga adalah pendampingan intensif untuk memastikan bahwa UMKM mampu mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh, termasuk desain branding menggunakan aplikasi digital serta pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) untuk promosi. Tahap pendampingan aplikatif dilakukan dengan melibatkan mitra sebagai pelaksana utama kegiatan. Pendampingan meliputi proses pendaftaran NIB melalui sistem *Online Single Submission* (OSS), aktivasi QRIS melalui mitra perbankan, pendaftaran usaha ke Google Maps untuk UMKM seperti Angkringan Bu Sari, Warung Kelontong Bu Cici, dan Kedai Ude, serta pendampingan pembuatan toko daring dan branding digital untuk UMKM Siomay Bandung Mang Aris dan Basreng Kang Bahar. Dalam kegiatan branding, mitra terlibat langsung dalam perbaikan kemasan, penyusunan konten promosi, dan pengelolaan media sosial.



**Gambar 2.** Pembuatan Website UMKM

Teknik analisis data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan. Sebelum pelaksanaan, sebagian besar UMKM belum memiliki legalitas usaha, minim menggunakan pembayaran digital, dan belum terdaftar di platform daring. Setelah kegiatan, sejumlah UMKM berhasil memperoleh NIB, mengaktifkan QRIS, dan memperluas jangkauan pasar melalui pendaftaran di Google Maps serta *marketplace*.

Selanjutnya tahap evaluasi dilaksanakan dengan melibatkan mitra UMKM melalui wawancara, pengamatan langsung, serta diskusi reflektif mengenai perubahan praktik usaha sebelum dan sesudah kegiatan. Umpan balik dari pelaku UMKM dan Karang Taruna digunakan untuk menilai efektivitas program serta mengidentifikasi keterbatasan dan kebutuhan pendampingan lanjutan. Dengan keterlibatan mitra pada seluruh tahapan tersebut, pendekatan partisipatif dalam program KKN-PPM ini diharapkan mampu mendorong keberlanjutan dampak dan meningkatkan kemandirian UMKM pedesaan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Peningkatan legalitas usaha melalui pendaftaran NIB dan sertifikasi halal

Sebelum pelaksanaan program, mayoritas pelaku UMKM di Padukuhan Tampungan dan Gandu belum memiliki legalitas usaha, baik berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) maupun sertifikasi halal.

Melalui kegiatan sosialisasi dan pendampingan, pelaku UMKM memperoleh pemahaman mengenai manfaat legalitas, seperti peningkatan kredibilitas dan akses ke sumber pembiayaan formal. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa beberapa UMKM berhasil mendaftarkan NIB melalui sistem *Online Single Submission* (OSS), sedangkan sebagian lainnya menyatakan minat namun masih terkendala akses digital. Partisipasi komunitas cukup tinggi, terlihat dari keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam sesi praktik pendaftaran. Perubahan kondisi ini menandai pergeseran kesadaran masyarakat terhadap pentingnya legalitas usaha.

### 3.2. Adopsi sistem pembayaran digital melalui QRIS

Sebelum kegiatan, transaksi UMKM masih didominasi oleh pembayaran tunai, sehingga menimbulkan risiko dalam pengelolaan kas. Melalui sosialisasi dan pendampingan, minimal tiga UMKM berhasil mengaktifkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) melalui bank mitra. Implementasi QRIS memungkinkan pelaku usaha menerima pembayaran non-tunai dengan lebih cepat dan aman. Partisipasi pelaku usaha cukup tinggi karena mereka menilai QRIS sebagai inovasi yang mempermudah transaksi dengan konsumen. Kondisi pasca-program menunjukkan adanya peningkatan efisiensi transaksi dan pengurangan risiko pengelolaan uang tunai.

### 3.3. Peningkatan visibilitas usaha melalui digitalisasi pemasaran

Sebelum program, sebagian besar UMKM belum memiliki kehadiran di platform digital. Melalui kegiatan pendampingan, UMKM "Warung Bu Esti" berhasil terdaftar di Shopee Food, sementara dua usaha lain berhasil membuat akun Google Maps. Perubahan ini meningkatkan visibilitas usaha di ranah daring dan memperluas akses pasar. Dokumentasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM berpartisipasi aktif dalam proses pembuatan akun dan verifikasi platform digital. Dampak langsung dari kegiatan ini adalah meningkatnya peluang promosi usaha secara online, terutama bagi UMKM kuliner (Gambar 3).



**Gambar 3.** Sosialisasi digitalisasi Pemasaran

### 3.4. Penguatan identitas usaha melalui *branding* dan *copywriting* produk

Sebelum kegiatan, desain identitas usaha dan deskripsi produk UMKM masih sederhana dan kurang menarik. Pendampingan branding membantu pelaku usaha memperbarui logo, kemasan, serta deskripsi produk. Salah satu contohnya adalah UMKM "Basreng Kang Bahar", yang berhasil memperbaiki deskripsi produk agar lebih persuasif dan didukung oleh desain kemasan baru. Perubahan ini berdampak pada meningkatnya daya tarik produk di mata konsumen. Partisipasi komunitas terlihat dari kesediaan pelaku UMKM untuk mencoba teknik desain berbasis aplikasi digital yang sebelumnya belum pernah digunakan.

### 3.5. Peningkatan literasi digital melalui pelatihan SEO dan pemanfaatan AI

Kondisi awal menunjukkan bahwa literasi digital pelaku UMKM masih rendah, terutama dalam hal optimasi mesin pencari dan penggunaan teknologi baru. Pelatihan yang diberikan mencakup dasar-dasar *Search Engine Optimization* (SEO) serta pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) untuk desain promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu mencoba membuat konten

promosi berbasis AI dan memahami pentingnya optimasi pencarian daring. Adopsi inovasi ini menandai langkah awal peningkatan literasi digital di kalangan UMKM pedesaan.

Hasil kegiatan KKN-PPM di Kalurahan Sendangtirto menunjukkan adanya peningkatan kapasitas UMKM melalui intervensi pada aspek legalitas usaha, digitalisasi pembayaran, digitalisasi pemasaran, branding, serta literasi digital. Hal ini sejalan dengan literatur yang menyatakan bahwa digitalisasi berperan penting dalam mempercepat pertumbuhan UMKM melalui efisiensi operasional dan perluasan akses pasar (Utami, 2025).

Dari sisi legalitas, keberhasilan beberapa UMKM dalam memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem *Online Single Submission* (OSS) menunjukkan bahwa legalitas merupakan pintu masuk utama untuk meningkatkan kredibilitas usaha dan membuka akses terhadap pembiayaan formal. Hal ini penting karena sebagian besar UMKM pedesaan sebelumnya masih terkendala keterbatasan akses digital dan minimnya pemahaman regulasi.

Pada aspek branding, perbaikan identitas usaha seperti yang dilakukan UMKM "Basreng Kang Bahar" membuktikan bahwa strategi komunikasi produk dan desain kemasan yang lebih baik dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Partisipasi aktif pelaku UMKM dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan menunjukkan adanya keterbukaan masyarakat terhadap inovasi. Selain itu, keterlibatan pemuda desa dalam membantu proses digitalisasi menegaskan bahwa pemberdayaan berbasis komunitas dapat mempercepat adopsi inovasi. Hal ini mengindikasikan bahwa transformasi digital UMKM di pedesaan bukan hanya sekadar transfer teknologi, tetapi juga sebuah proses kolaboratif antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat.

Untuk memperjelas dampak program KKN-PPM terhadap perkembangan UMKM di Kalurahan Sendangtirto, dilakukan perbandingan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan. Perubahan tersebut mencakup aspek legalitas usaha, digitalisasi pembayaran, digitalisasi pemasaran, branding produk, serta literasi digital. Ringkasan perbandingan dapat dilihat pada **Tabel 1**.

**Tabel 1.** Perubahan kondisi UMKM sebelum dan sesudah program KKN-PPM

Aspek kegiatan	Kondisi sebelum program	Kondisi sesudah program
<b>Legalitas usaha</b>	Sebagian besar UMKM belum memiliki NIB maupun sertifikasi halal.	Beberapa UMKM berhasil mendaftarkan NIB melalui OSS; pelaku UMKM memahami manfaat legalitas.
<b>Digitalisasi pembayaran</b>	Transaksi masih didominasi tunai; risiko pengelolaan kas cukup tinggi.	Minimal 3 UMKM berhasil mengaktifkan QRIS melalui bank mitra; transaksi lebih efisien dan aman.
<b>Digitalisasi pemasaran</b>	UMKM belum memiliki akun di platform digital (Google Maps, Shopee Food, <i>marketplace</i> ).	UMKM "Warung Bu Esti" masuk Shopee Food; 2 UMKM terdaftar di Google Maps; visibilitas meningkat.
<b>Branding produk</b>	Logo, kemasan, dan deskripsi produk masih sederhana dan kurang menarik.	UMKM "Basreng Kang Bahar" memperbarui logo, kemasan, dan deskripsi produk lebih persuasif.
<b>Literasi digital</b>	Pelaku UMKM belum memahami SEO dan teknologi promosi berbasis AI.	UMKM mampu mencoba konten promosi berbasis AI dan memahami dasar SEO.

Berdasarkan **Tabel 1**, dapat dilihat bahwa program KKN-PPM membawa perubahan nyata pada berbagai aspek pemberdayaan UMKM. Legalitas usaha yang sebelumnya diabaikan mulai dipahami

dan diimplementasikan oleh beberapa pelaku UMKM dengan mendaftarkan NIB. Pada aspek digitalisasi pembayaran, adopsi QRIS menjadi salah satu capaian penting karena mampu mengurangi risiko pengelolaan kas sekaligus meningkatkan kenyamanan transaksi.

Digitalisasi pemasaran juga menunjukkan hasil positif, di mana UMKM yang sebelumnya tidak memiliki visibilitas online kini mulai terdaftar di Google Maps dan Shopee Food. Hal ini menjadi langkah awal dalam memperluas pasar secara digital. Sementara itu, *branding* produk mengalami peningkatan melalui pembaruan logo, kemasan, dan deskripsi produk sehingga produk lokal lebih kompetitif.

Selain itu, literasi digital yang pada awalnya sangat rendah mulai berkembang melalui pelatihan SEO dan pemanfaatan teknologi AI untuk promosi. Walaupun capaian ini masih pada tahap awal, perubahan tersebut menunjukkan adanya kesadaran baru di kalangan UMKM pedesaan untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi usaha mereka. Secara keseluruhan, hasil ini memperlihatkan adanya pergeseran positif dari kondisi tradisional menuju pemanfaatan teknologi modern dan legalitas formal, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan daya saing serta kemandirian ekonomi masyarakat.

Untuk memberikan gambaran yang lebih terukur mengenai dampak kegiatan pemberdayaan UMKM melalui program KKN-PPM, dilakukan perbandingan kondisi UMKM sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Perbandingan ini mencakup beberapa indikator utama, yaitu legalitas usaha, adopsi sistem pembayaran digital, digitalisasi pemasaran, penguatan branding produk, serta peningkatan literasi digital. Ringkasan perubahan kondisi tersebut disajikan dalam **Tabel 2**.

**Tabel 2. Perbandingan kondisi UMKM sebelum dan sesudah program KKN-PPM**

Indikator	Sebelum kegiatan	Sesudah kegiatan
UMKM memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB)	1 dari 10 UMKM (10%)	4 dari 10 UMKM (40%)
UMKM menggunakan pembayaran digital (QRIS)	0 dari 10 UMKM (0%)	7 dari 10 UMKM (70%)
UMKM terdaftar di Google Maps	1 dari 10 UMKM (10%)	6 dari 10 UMKM (60%)
UMKM terdaftar di platform pemesanan online (GrabFood/Shopee Food)	0 dari 10 UMKM (0%)	1 dari 10 UMKM (10%)
UMKM memiliki media promosi digital (Linktree/Website)	0 dari 10 UMKM (0%)	2 dari 10 UMKM (20%)
UMKM dengan branding produk diperbaiki	2 dari 10 UMKM (20%)	5 dari 10 UMKM (50%)

Berdasarkan **Tabel 2**, terlihat adanya peningkatan pada hampir seluruh indikator pemberdayaan UMKM setelah pelaksanaan program KKN-PPM. Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) meningkat dari 10% menjadi 40% UMKM dampingan, yang menunjukkan meningkatnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya legalitas sebagai dasar pengembangan usaha. Pada aspek digitalisasi pembayaran, adopsi QRIS mengalami peningkatan signifikan dari 0% menjadi 70%, menandakan kesiapan UMKM dalam menerima transaksi non-tunai yang lebih efisien dan aman.

Selain itu, kehadiran UMKM pada platform digital juga mengalami peningkatan, ditunjukkan oleh pendaftaran UMKM pada Google Maps yang meningkat dari 10% menjadi 60%, serta mulai digunakannya platform pemesanan daring oleh sebagian UMKM. Penguatan branding produk turut mengalami perkembangan, di mana jumlah UMKM yang memiliki identitas visual dan kemasan yang

lebih representatif meningkat dari 20% menjadi 50%. Sejalan dengan hal tersebut, tingkat literasi digital pelaku UMKM yang sebelumnya tergolong rendah menunjukkan peningkatan menjadi kategori sedang hingga baik setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan terkait pemasaran digital, SEO, dan pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan.

Dampak program KKN dapat diukur secara objektif melalui indikator numerik dan persentase perubahan, seperti peningkatan pemahaman digitalisasi UMKM, jumlah pelaku usaha yang mengadopsi akun bisnis, serta penggunaan pembayaran virtual. Pendekatan kuantitatif tersebut memperkuat analisis deskriptif dan memberikan gambaran capaian program yang lebih terukur (Fuady dkk., 2025).

Berdasarkan hasil pendampingan terhadap UMKM dampingan, kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) meningkat dari 10% menjadi 40% UMKM. Adopsi sistem pembayaran digital melalui QRIS menunjukkan peningkatan signifikan, dari 0% sebelum kegiatan menjadi 70% setelah kegiatan. Pada aspek digitalisasi pemasaran, pendaftaran UMKM pada platform Google Maps meningkat dari 10% menjadi 60%, sedangkan pemanfaatan platform pemesanan daring mulai diterapkan oleh 10% UMKM. Penguatan branding produk juga mengalami peningkatan, dari 20% menjadi 50% UMKM yang memiliki identitas visual dan kemasan yang lebih representatif. Data ini menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan partisipatif mampu mendorong perubahan nyata dalam praktik usaha UMKM pedesaan, serta pendampingan terstruktur dalam program pengabdian masyarakat mampu meningkatkan kapasitas UMKM secara terukur (Shinta, dkk., 2024).

Secara keseluruhan, data kuantitatif ini menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan partisipatif yang diterapkan dalam program KKN-PPM mampu menghasilkan perubahan nyata pada praktik usaha UMKM pedesaan, khususnya dalam aspek legalitas dan pemanfaatan teknologi digital sebagai upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

#### 4. KESIMPULAN

Program KKN-PPM di Kalurahan Sendangtirto berhasil meningkatkan kapasitas UMKM melalui pendampingan legalitas usaha, digitalisasi pembayaran, pemasaran *online*, dan *branding* produk. Metode sosialisasi, pelatihan partisipatif, dan pendampingan terbukti sesuai dengan kebutuhan UMKM pedesaan dan mampu menghasilkan perubahan nyata. Dampak kegiatan terlihat dari bertambahnya UMKM yang memiliki NIB, penggunaan QRIS, kehadiran di platform digital, serta perbaikan identitas usaha. Ke depan, diperlukan kolaborasi berkelanjutan antara pemerintah desa, perguruan tinggi, dan lembaga pendamping UMKM untuk memperluas akses legalitas, pembiayaan, dan literasi digital sehingga daya saing UMKM pedesaan semakin meningkat.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Gadjah Mada yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan program KKN-PPM. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Kalurahan Sendangtirto, Kapanewon Berbah, Kabupaten Sleman, serta para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Tanpa dukungan dan keterlibatan seluruh pihak, kegiatan pemberdayaan masyarakat ini tidak akan terlaksana dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

Catio, M., Taryo, T., Pristiawati, I. Y., Ashshiddiqi, M. H., Fahroji, A., Amelia, E., & Supriyadi. (2025). Strategi pemasaran digital efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM Kelurahan Bojongsari Kota Depok Jawa Barat. *At-Ta'lim: Journal of Community Service*, 1(1), 28–40.

- Fathoni, L. A., Raodah, P., Wardani, N. K., & Mulyana, S. P. (2025). Legalitas usaha sebagai upaya perlindungan hukum bagi UMKM di Kawasan Geopark Rinjani Desa Sesaot Lombok Barat. *Jurnal Fundamental Justice*, 6(1), 141–150.
- Fuady, A. F., Amsyah, D. O., Azzahra, A., Zahra, N., & Susanti, E. (2025). Pemberdayaan masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN): Studi kasus di Desa Baru Pasar VIII Hinai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 384–397. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v4i2.5104>
- Kasyir, S., Febrianti, P., & Tamami, B. (2024). Optimalisasi legalitas usaha melalui penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi pelaku UMKM di Desa Mlawang. *Jurnal Pengabdian Indonesia*, 2(1), 34–39.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). *Kontribusi UMKM dalam perekonomian Indonesia*. Direktorat Jenderal Perbendaharaan. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikapung/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>
- Maulida, L., Rahmawati, R. A., Syariaf, I. M., & Yahya, A. B. (2024). Digitalisasi UMKM dalam upaya meningkatkan penjualan UMKM di Desa Gundi. *Dinamika Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Transformasi Kesejahteraan*, 1(4), 112–119. <https://doi.org/10.62951/dinsos.v1i4.856>
- Oktiawati, U. Y., Segara, V. I., Mandala, H. A., Lanek, D., Zahratunnada, S., Ismail, R. S. B., Putra, M. H. D., Nurhayati, S., Marsha, V. S., Anaz, D. F., Wijaya, C. P. K., Arlisti, I. A., Pakasi, A. F., Putri, D. K. D., Apriliana, L. L., & Anastasya, A. (2025). Pendampingan Forum Komunikasi UMKM di Kalurahan Tirtoadi, Mlati, Sleman menuju transformasi digital. *Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, dan Teknologi Tepat Guna (Jurnal Parikesit)*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.22146/parikesit.v3i1.13273>
- Sari, A. C., & Adinugraha, H. H. (2021). Implementation of QRIS-based payments towards the digitalization of Indonesian MSMEs. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 5(2), 233–248. <https://doi.org/10.30983/es.v5i2.5027>
- Sibarani, R. (2024). Digital marketing strategies to accelerate the development of MSMEs in Indonesia. *Proceeding of the International Conference on Management, Entrepreneurship, and Business*, 1(2), 505–514. <https://prosiding.arimbi.or.id/index.php/ICMEB>
- Shinta, A. A. L., Zahroh, P., Lestari, E. Z., Shofa, M. C., Putri, I., Putri, A. I., Gunawan, and E. T. Rahman. (2024). “Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui program Sehati,” *Al-Mufidah: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2).
- Susilo, J. H., Eliana, A., Putri, E. Y., & Fauziah, A. P. (2022). Pendampingan digital marketing dan legalitas usaha untuk meningkatkan kuantitas penjualan UMKM. *Jurnal Abdi Masyarakat Universitas Kadiri (JAIM UNIK)*, 6(1), 93–110. <https://doi.org/10.30737/jaim.vv6i1.3331>
- Utami, N. (2025). Adopsi pembayaran digital melalui QRIS dan dampaknya terhadap kinerja finansial UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Transaksi*, 17(1), Juni 2025. ISSN 1979-990X, E-ISSN 2961-9793.
- Yanuar, R., Lutfiyani, I. Q., Hastadi, A. Y., Wahyuningsih, F., Wahyuni, A. T., Fauzi, G. F., Nurfaizah, A., Mustofa, T. R., & Rohimah, T. (2022). Pengembangan UMKM melalui optimalisasi branding dan penggunaan media digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 4(1), 70–84.