

Digitalisasi UMKM: Edukasi Strategis dalam Penerapan Digital Marketing dan Legalitas Usaha Online di RW 04 Kelurahan Kejawan Putih Tambak, Surabaya

Mei Dina Putri Nadhifah¹, Syarohbil Syawal Ahmad Gani², Al Viana Amelia Pratiwi³, M. Atilla Rama⁴, Binti Azizatunnafi'ah⁵

¹ Mahasiswa Prodi Sains Data, FASILKOM, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

² Mahasiswa Prodi Teknik Mesin, FSAD, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

³ Mahasiswa Prodi Administrasi Publik, FISIP, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

⁴ Mahasiswa Prodi Hukum, FH, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

⁵ Dosen Prodi Administrasi Publik, FISIP, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

binti.azizatun.adneg@upnjatim.ac.id

Abstract

Group 43 of the Community Service Program (KKN) from Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur implemented a community service program in RW 04, Kejawan Putih Tambak, Surabaya. The initiative was designed to address the challenges faced by MSMEs in accessing digital tools and understanding the importance of business legality. The program aimed to enhance their capacity in digital marketing and formal business registration. It was carried out using a participatory approach involving outreach, direct assistance, and hands-on practice. The activities were divided into two main stages: digital marketing education and technical support, which included logo and banner creation, business location registration via Google Maps, and NIB registration through the OSS system. A total of 25 MSMEs took part in the program, with 8 successfully registering for NIB, 6 receiving banners, and 4 obtaining business logos. The results demonstrate the program's effectiveness in supporting MSMEs' digital readiness and highlight the importance of collaborative engagement between students and the community in sustainable empowerment efforts.

Keywords: MSMEs; digital marketing; business legality; OSS; community empowerment

Abstrak

Kelompok 43 KKN Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur melaksanakan program pengabdian masyarakat di RW 04 Kelurahan Kejawan Putih Tambak, Surabaya. Permasalahan utama yang diidentifikasi adalah rendahnya literasi digital pelaku UMKM, minimnya pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, serta ketiadaan legalitas usaha formal yang menghambat akses terhadap pasar dan bantuan pemerintah. Program ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan pemasaran digital serta mengurus legalitas usaha secara daring melalui sistem OSS. Pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang mencakup sosialisasi, pendampingan langsung, dan praktik teknis bersama mahasiswa sebagai fasilitator. Program terdiri dari dua tahap utama: edukasi pemasaran digital meliputi strategi media sosial, teknik copywriting, dan pemanfaatan marketplace; serta layanan teknis berupa pembuatan identitas visual usaha, pendaftaran lokasi di Google Maps, dan pengurusan NIB melalui OSS. Sebanyak 25 UMKM terlibat, dengan 8 berhasil memperoleh NIB, 6 mendapatkan desain banner, dan 4 memperoleh logo usaha. Secara keseluruhan, program ini berdampak pada peningkatan kesadaran digital, penguatan identitas usaha, dan pemenuhan legalitas formal yang sebelumnya tidak dimiliki peserta. Hasil

kegiatan membuktikan bahwa pendekatan partisipatif berbasis praktik langsung efektif mendorong transformasi digital UMKM secara inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM; pemasaran digital; legalitas usaha; OSS; pemberdayaan masyarakat

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Lebih dari 64 juta UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB nasional dan menyerap 97% tenaga kerja produktif (Afrini Fauziah et al., 2024). Namun, di tengah perkembangan era digital saat ini, banyak usaha kecil menengah (UKM), khususnya di tingkat lokal, masih ketinggalan dalam mengadopsi teknologi digital untuk mendukung strategi pemasaran serta pengurusan dokumen legal usaha secara daring (Laziva & Atieq, 2024). Hal ini menghambat kemampuan mereka untuk bersaing lebih luas, baik di pasar dalam negeri maupun internasional. Di wilayah Kelurahan Kejawan Putih Tambak, terutama di RW 4, kondisi serupa juga terjadi: banyak pelaku usaha rumahan dan skala mikro belum memanfaatkan media digital sebagai alat promosi dan belum memiliki izin usaha resmi seperti NIB (Nomor Induk Berusaha) (Sachrir, 2025).

Pengabdian ini menawarkan kebaruan berupa integrasi antara edukasi digital *marketing* (meliputi konten media sosial, pemanfaatan marketplace, dan teknik dasar *copywriting*) dengan pendampingan legalitas usaha *online* (termasuk pendaftaran NIB melalui OSS) (Farida et al., 2022). Lebih jauh, pendekatan yang digunakan bersifat *participatory dan praktikal*, di mana mahasiswa bertindak sebagai fasilitator langsung dalam proses implementasi. Keunikan program ini juga terletak pada keberlanjutannya peserta tidak hanya menerima pelatihan tetapi juga didampingi hingga proses digitalisasi dan legalitasnya benar-benar terealisasi (Selvia et al., 2023).

Oleh karena itu, tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di RW 4 Kelurahan Kejawan Putih Tambak, Kota Surabaya dalam mengembangkan usaha berbasis digital serta memahami pentingnya legalitas formal. Program ini diharapkan dapat memperkuat daya saing UMKM lokal, membuka akses pasar yang lebih luas, serta menciptakan ekosistem usaha mikro yang tertib dan berkelanjutan secara hukum. Urgensi pengabdian ini terletak pada posisi UMKM sebagai sektor informal yang paling terdampak disrupsi ekonomi dan digitalisasi, namun belum sepenuhnya mampu beradaptasi secara struktural maupun administratif (Sukandi et al., 2025). Dengan memberikan edukasi yang tepat dan praktik langsung, kegiatan ini menjadi langkah nyata dalam menjembatani kesenjangan digital dan legalitas yang selama ini dihadapi UMKM skala kecil.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan KKN kelompok 43 UPN "Veteran" Jawa Timur dilaksanakan di RW 04 Kelurahan Kejawan Putih Tambak, Surabaya, selama 30 hari pada 1–31 Juli 2025.

Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis *community-based participatory research* yang mencakup empat tahapan sistematis sebagai berikut.

Tahap pertama, tim KKN melakukan koordinasi awal dengan ketua RW 04 dan masing-masing ketua RT untuk memetakan kondisi UMKM lokal. Kegiatan ini dilanjutkan dengan menghadiri pertemuan PKK guna memperkenalkan program dan melakukan pendataan awal. Dari proses ini diperoleh data 25 pelaku UMKM yang bersedia berpartisipasi, mayoritas bergerak di bidang kuliner rumahan. Instrumen yang digunakan adalah formulir pendataan mencakup nama, jenis usaha, kepemilikan media sosial, dan status legalitas.

Tahap kedua, tim menyusun modul pelatihan yang mencakup materi branding, strategi media sosial, teknik dasar copywriting, pemanfaatan marketplace, serta panduan pendaftaran NIB melalui OSS. Selain itu, tim mempersiapkan template desain logo dan banner yang dapat dikustomisasi sesuai identitas masing-masing usaha.

Tahap ketiga, kegiatan dilaksanakan dalam dua sesi. Sesi pertama berupa pemaparan materi kepada 15 pelaku UMKM dengan metode ceramah interaktif dan diskusi tanya jawab. Sesi kedua berupa stand pelayanan digitalisasi di mana peserta mendapatkan pendampingan teknis satu per satu, meliputi: pembuatan logo dan banner usaha menggunakan aplikasi desain digital, pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, serta pengisian dan pengajuan NIB melalui sistem OSS secara langsung didampingi mahasiswa.

Tahap empat, tim melakukan evaluasi program dengan mengecek realisasi output setiap peserta, mencakup status NIB, kelengkapan desain visual, dan keterdaftarannya di Google Maps. Hasil evaluasi dicatat secara kuantitatif dan digunakan sebagai bahan refleksi serta dasar rekomendasi program lanjutan.

Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif dengan metode sosialisasi, pendampingan, dan praktik langsung. Model pelaksanaan seperti ini mengacu pada pendekatan *community-based participatory research* yang dinilai efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui keterlibatan langsung dalam proses digitalisasi dan pengembangan usaha (Qomar et al., 2022).

Kegiatan ini dirancang secara interaktif agar peserta dapat memahami materi sekaligus mempraktikkannya secara langsung. Materi disampaikan melalui pemaparan dan sesi diskusi, kemudian dilanjutkan dengan bimbingan teknis seperti pembuatan logo dan banner usaha, pemetaan lokasi usaha di Google Maps, hingga proses registrasi Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS. Pelibatan mahasiswa dalam kegiatan ini tidak hanya berperan sebagai penyelenggara, tetapi juga sebagai fasilitator yang mendampingi peserta dalam setiap tahapan. Peran aktif mahasiswa dalam pemberdayaan berbasis digital telah terbukti mampu mempercepat adopsi teknologi

informasi di kalangan UMKM, terutama dalam aspek branding dan legalitas usaha (Sari et al., 2023). Dengan pendekatan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan mampu mengelola usahanya secara mandiri serta profesional di era digital.

3. HASIL

3.1 Koordinasi dengan Mitra KKN

Tahap awal sebelum pelaksanaan program kerja yang akan diselenggarakan oleh tim KKN kelompok 43 dimulai dengan koordinasi dengan mitra setempat, yaitu ketua RW 04 dan masing-masing ketua RT di wilayah Kelurahan Kejawan Putih Tambak. Tujuan dari koordinasi ini untuk menyampaikan maksud dan tujuan program kerja yang akan dijalankan, serta menjalin kerja sama dalam mengidentifikasi potensi dan kebutuhan pelaku UMKM lokal yang selaras dengan program digitalisasi usaha.

Setelah memperoleh dukungan dari perangkat wilayah Kelurahan Kejawan Putih Tambak, agenda dilanjutkan dengan menghadiri pertemuan rutin ibu-ibu PKK yang menjadi bagian dari agenda kemasyarakatan di lingkungan RW 04. Dalam pertemuan tersebut, tim KKN memaparkan rencana program kerja yang bertema UMKM Digital Boost, termasuk cakupan materi dan bentuk pendampingan yang akan diberikan. Respon warga terhadap program cukup antusias. Tim KKN juga melakukan pendataan awal terhadap pelaku UMKM yang hadir dan menyatakan minat untuk berpartisipasi. Pendataan ini mencakup informasi dasar seperti nama dan jenis usaha yang dijalankan. Hasil dari pendataan tercatat sebanyak 25 pelaku UMKM, yang mayoritas merupakan pengusaha mikro skala rumahan di bidang kuliner. Data ini menjadi acuan awal dalam menyusun strategi pelatihan yang relevan serta memudahkan proses pendampingan selama kegiatan berlangsung.

Kegiatan koordinasi ini dilakukan untuk memastikan program pengabdian dapat disesuaikan dengan kondisi masyarakat dan mendapat dukungan dari warga sekitar. Pelibatan tokoh lokal dan kelompok masyarakat, seperti PKK, terbukti efektif dalam memobilisasi partisipasi serta membangun rasa kepemilikan terhadap program yang dilaksanakan (Rahman et al., 2021).



Gambar 1. Koordinasi dengan ibu-ibu PKK

3.2 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan UMKM *Digital Boost* dilaksanakan dalam dua sesi utama sebagai bentuk implementasi program kerja KKN kelompok 43. Sesi pertama berupa pemaparan materi yang difokuskan pada penguatan branding usaha mikro, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, serta urgensi legalitas usaha melalui pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB). Materi ini disampaikan kepada 15 pelaku UMKM lokal, yang sebagian besar menjalankan usaha di bidang kuliner rumahan dan jasa kecil. Tujuan dari sesi ini adalah untuk meningkatkan literasi digital peserta dan memberikan wawasan praktis terkait strategi pengembangan usaha di era digital.



Gambar 2. Pemaparan materi oleh narasumber

Sesi kedua dilanjutkan dengan pendirian stand pelayanan digitalisasi oleh tim KKN. Dalam sesi ini, peserta memperoleh pendampingan teknis secara langsung, termasuk pembuatan desain logo dan banner, pendaftaran lokasi usaha melalui Google Maps, serta proses pengurusan NIB melalui sistem OSS. Layanan ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami konsep digitalisasi, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara langsung dengan bimbingan mahasiswa. Hasil pendataan dari sosialisasi tersebut

menunjukkan bahwa sebanyak 4 pelaku UMKM berhasil memperoleh logo usaha, 6 peserta mendapatkan desain banner, 8 berhasil mendaftarkan NIB, dan sejumlah usaha berhasil tercantum di platform Google Maps.



Gambar 3. Pendaftaran NIB



Gambar 4. Pembuatan logo dan banner UMKM



Gambar 5. Pendaftaran lokasi usaha melalui Google Maps

Untuk mengukur efektivitas program, dilakukan perbandingan kondisi peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan berdasarkan data pendataan awal dan rekapitulasi akhir.

Aspek	Sebelum Program	Sesudah Program
Kepemilikan NIB	0 dari 25 peserta	8 peserta berhasil mendaftar
Identitas visual (logo)	Tidak ada	4 peserta memiliki logo usaha
Media promosi (banner)	Tidak ada	6 peserta memiliki banner usaha
Kehadiran di Google Maps	Tidak terdaftar	Sejumlah usaha berhasil terdaftar
Metode promosi	Dari mulut ke mulut	Mulai memanfaatkan media sosial

Perbandingan ini menunjukkan perubahan nyata dalam aspek legalitas, identitas usaha, dan visibilitas digital. Meskipun tidak seluruh peserta berhasil menyelesaikan semua

tahapan, capaian ini tetap signifikan mengingat sebagian besar peserta sebelumnya sama sekali belum terpapar layanan digital dan sistem OSS.

4. PEMBAHASAN

Temuan ini menguatkan urgensi yang disebutkan dalam pendahuluan, yakni minimnya akses dan pemahaman pelaku UMKM lokal terhadap teknologi digital dan legalitas formal. Masih banyak pelaku UMKM yang belum mengenal OSS dan mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Asmar et al. (2024) yang menyatakan bahwa kendala utama dalam digitalisasi UMKM di wilayah pedesaan adalah keterbatasan literasi digital dan perangkat. Murtiningsih & Caroline (2024) juga menekankan bahwa pendampingan teknis yang berkelanjutan sangat diperlukan agar pelaku UMKM dapat mengakses platform digital secara mandiri.

Pembuatan identitas visual seperti logo dan banner terbukti efektif dalam memperkuat daya tarik usaha, sebagaimana dikemukakan oleh Ainun et al. (2023), yang menyebutkan bahwa branding visual merupakan elemen kunci dalam membangun kepercayaan konsumen di platform daring. Selain itu, pemanfaatan Google Maps menjadi langkah strategis dalam memperluas visibilitas usaha mikro di tingkat lokal, mendukung temuan Rusdi et al. (2023) yang menunjukkan bahwa integrasi bisnis kecil ke peta digital dapat meningkatkan jangkauan pelanggan secara signifikan.

Legalitas usaha juga menjadi perhatian utama. Dengan adanya pendampingan dalam proses pembuatan NIB, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya aspek hukum dalam keberlangsungan usaha. Seperti dijelaskan oleh Holiseh & Izzatusholekha (2023), legalitas merupakan faktor penting untuk meningkatkan kredibilitas dan membuka akses terhadap bantuan pemerintah maupun kerja sama bisnis.

Respon peserta terhadap kegiatan ini cukup antusias. Melalui pendekatan partisipatif dan metode praktik langsung, pelaku UMKM mampu mengikuti seluruh tahapan digitalisasi secara bertahap dan mandiri. Hal ini mendukung pandangan Handayani (2023) bahwa pelatihan berbasis praktik cenderung lebih efektif dalam membangun kepercayaan diri pelaku usaha mikro dibandingkan metode ceramah konvensional.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan edukasi, tetapi juga menjadi solusi konkret bagi pelaku UMKM yang selama ini tertinggal dalam aspek digital dan legalitas. Keberhasilan sebagian peserta dalam mengakses layanan digital membuktikan bahwa transformasi digital pada sektor informal sangat mungkin dilakukan melalui pendekatan kolaboratif, kontekstual, dan berorientasi pada praktik langsung.

4. SIMPULAN

Program KKN kelompok 43 UPN "Veteran" Jawa Timur berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di RW 04 Kelurahan Kejawan Putih Tambak melalui edukasi digital marketing dan pendampingan legalitas usaha berbasis OSS. Dari 25 UMKM yang terlibat, sebanyak 8 berhasil memperoleh NIB, 6 mendapatkan desain banner, dan 4 memperoleh logo usaha, serta sejumlah usaha berhasil terdaftar di Google Maps. Pendekatan partisipatif berbasis praktik langsung terbukti efektif dalam mempercepat adopsi teknologi digital di kalangan pelaku usaha mikro. Program ini menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM dapat dicapai secara inklusif melalui kolaborasi aktif antara mahasiswa dan masyarakat. Ke depan, diperlukan replikasi program serupa di wilayah lain disertai pelatihan lanjutan dan peningkatan akses teknologi guna mendorong kemandirian digital UMKM secara berkelanjutan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada perangkat Kelurahan Kejawan Putih Tambak, Ketua RW 04, serta warga RW 04 yang telah menerima dan mendukung pelaksanaan program pengabdian ini dengan baik. Terima kasih juga kami sampaikan kepada para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan UMKM *Digital Boost*. Semoga program ini memberikan manfaat nyata dan mendorong UMKM menjadi lebih adaptif di era digital.

6. REKOMENDASI

Dari uraian kesimpulan tersebut, kami memberikan masukan untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam pelaksanaan KKN SDG's yang akan datang diantaranya:

1. Baik Pimpinan Kelurahan beserta jajarannya dan masyarakat RW 04 Kejawan Putih Tambak dapat memaksimalkan komunikasi agar kehendak masyarakat bisa tersalurkan dengan baik.
2. Pihak Perangkat RW 04 Kejawan Putih Tambak bersama masyarakat haruslah saling menjaga koordinasi, komunikasi, dan mendukung untuk mencari jalan keluar suatu permasalahan secara bersama-sama.

7. REFERENSI

- Afrini Fauziah, Amanda Viola, Andita Rheinisa Ardianti, Friska Maulida, & Eustasya Griselda Daeli. (2024). Peran UMKM terhadap Stabilitas Ekonomi Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*, 2(4), 83–92. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v2i4.2593>
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM. *JESYA: Jurnal Empowerment Studies for Youth and Adults*, 6(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Asmar, A. M. B., Bonewati, A., Trisnowali, A. T., Arifin, S., & Arifin, M. Z. (2024). Strategi pengembangan UMKM Desa Kragilan menuju wirausahawan desa yang berbasis digitalisasi dalam program KKN-MAS. *Rengganis: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 229–237. <https://mathjournal.unram.ac.id/index.php/Rengganis/article/view/4147>
- Farida, I., Aryanto, A., Hanum, N., Ardi, N., & Mutoati, S. (2022). Digital Marketing Sebagai

- Strategi Meningkatkan Konsumen UMKM di Kota Tegal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(3), 472–477. <https://doi.org/10.30591/japhb.v5i3.3752>
- Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi UMKM: Peningkatan kapasitas melalui program literasi digital. *Jurnal Signal*, 11(1). <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.8213>
- Holiseh, H., & Izzatusholekha, I. (2023). Strategi dinas koperasi dan usaha kecil menengah kota Tangerang Selatan dalam pengembangan digitalisasi UMKM. *Pentahelix*, 1(2), 201–216. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/pentahelix/article/view/18996>
- Laziva, N., & Atieq, M. Q. (2024). Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor. Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura, 7, 1050–1079. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>
- Murtiningsih, D., & Caroline, R. T. M. (2024). Digitalisasi UMKM. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7(3). <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i3.13861>
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P. ., Aniqoh, F. Z. ., Aini, C. N. ., & Anjani, Y. . (2022). Peningkatan Kualitas Umkm Berbasis Digital Dengan Metode Participatory Action Research (PAR). *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74–81. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3494>
- Rahman, H., Kurniawan, T., & Amelia, R. (2021). Peran tokoh masyarakat dalam mendukung keberhasilan program pengabdian berbasis partisipatif. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 5(2), 113–121. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5567890>
- Rusdi, R., Armiani, A., & Murjana, I. M. (2023). Pengaruh media sosial, e-commerce, dan website terhadap kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 1(4). <https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i4.24>
- Sari, R., As-Sanaj, T. D., Pranoto, I. A., Setiawan, D. A., Adesta, F. A. R., Umam, I. K., Ardan, R. M., Danu, J. F., & Ningrum, C. U. (2024). Pemberdayaan Masyarakat UMKM di Era Digital Melalui Kegiatan KKN Desa Sitiwinangun. *Journal Of Computer Science Contributions (JUCOSCO)*, 3(1), 84-95. <https://doi.org/10.31599/4yam109>
- Selvia Selvia, & Nurul Azizah. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Legalitas Usaha Melalui Aplikasi Online Single Submission Sebagai Wujud Pemberdayaan UMKM Desa Bareng, Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 2(3), 46–59. <https://doi.org/10.58169/jpmsaintek.v2i3.173>