



JURNAL PADAMU NEGERI

Halaman Jurnal: <https://journal.smartpublisher.id/index.php/jpn>Halaman UTAMA Jurnal : <https://journal.smartpublisher.id/>DOI: <https://doi.org/10.69714/7bqchh79>

PENDAMPINGAN UMKM BAKSO MBURU CUKUP DALAM PENGUATAN IDENTITAS USAHA DAN TRANSFORMASI DIGITAL

Tiko Novitryan Hidayanto^{a*}, Florence Agustin^b, Siti Nur Hidayatul Lailiah^c, Susanti Dwi Ilhami^d

^a Fakultas Ilmu Ekonomi Bisnis/Prodi Manajemen: ryan032005@gmail.com¹, Universitas YPPI Rembang

^b Fakultas Ilmu Ekonomi Bisnis/Prodi Manajemen flornceagstnn29@gmail.com², Universitas YPPI Rembang

^c Fakultas Ilmu Ekonomi Bisnis/Prodi Manajemen stnr.hidayaaaa@gmail.com³, Universitas YPPI Rembang

^d Fakultas Ilmu Ekonomi Bisnis/Prodi Manajemen susantidwiilhami@gmail.com⁴, Universitas YPPI Rembang

* Penulis Korespondensi: Tiko Novitryan Hidayanto

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in improving the community's economy. However, many business actors still face obstacles in business branding and digitalization. One of the MSMEs experiencing these problems is Bakso Mburu Cukup MSME in Turusgede Village, which did not yet have a visual business identity, digital business location, and non-cash payment system. This Kuliah Kerja Usaha (KKU) activity aimed to improve business identity and service quality through branding strengthening and digital transformation. The implementation methods used observation, mentoring, implementation, and evaluation stages. The programs carried out included creating business banners and logos, registering business locations on Google Maps, and implementing the QRIS digital payment system. The results showed that the installation of banners and business logos increased business visibility and attractiveness, making it easier for the community to recognize the MSME location. In addition, registering the business location on Google Maps made it easier for customers to find the business digitally, while implementing QRIS improved the convenience and efficiency of payment transactions. Based on the evaluation results, the program succeeded in improving service quality, customer convenience, and the number of daily customers. Overall, the KKU activity successfully provided solutions to business problems through branding strengthening and service digitalization, thereby helping improve the competitiveness of MSMEs in the digital era.

Keywords: branding, community service, digitalization, MSMEs, QRIS

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, namun masih banyak pelaku usaha yang mengalami kendala pada aspek branding dan digitalisasi usaha. Salah satu UMKM yang menghadapi permasalahan tersebut adalah UMKM Bakso Mburu Cukup di Desa Turusgede yang belum memiliki identitas visual usaha, lokasi usaha digital, serta sistem pembayaran non-tunai. Kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) ini bertujuan untuk membantu meningkatkan identitas usaha dan kualitas pelayanan melalui penguatan branding dan transformasi digital. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan tahapan observasi, pendampingan, implementasi, dan evaluasi. Program yang dilaksanakan meliputi pembuatan banner dan logo usaha, pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps*, serta penerapan sistem pembayaran digital QRIS. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemasangan banner dan logo usaha mampu meningkatkan visibilitas dan daya tarik usaha sehingga masyarakat lebih mudah mengenali lokasi UMKM. Selain itu, pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps* mempermudah pelanggan menemukan lokasi usaha secara digital, sedangkan penerapan QRIS membantu meningkatkan kemudahan dan efisiensi transaksi pembayaran. Berdasarkan hasil evaluasi, program yang dilaksanakan mampu meningkatkan kualitas pelayanan, kenyamanan pelanggan, serta jumlah pelanggan harian. Secara keseluruhan, kegiatan KKU berhasil memberikan solusi terhadap permasalahan usaha melalui penguatan branding dan digitalisasi pelayanan sehingga membantu meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Kata Kunci: branding, digitalisasi, pengabdian masyarakat, QRIS, UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal. Pengembangan industri kecil melalui pembinaan dan dukungan kesempatan berusaha dapat memperbaiki proses produksi, pemasaran, serta mutu kerja sehingga mampu meningkatkan produktivitas usaha dan taraf hidup masyarakat [1]. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan masuknya era digitalisasi, pelaku UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan dan pengembangan usaha [2]. Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM menjadi salah satu upaya penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Dalam proses pengembangan usaha, pelaku UMKM perlu memahami kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usahanya. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki suatu usaha sehingga dapat membantu pelaku usaha dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Analisis ini didasarkan pada kemampuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi [3]. Melalui analisis SWOT, pelaku UMKM dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai posisi usaha serta langkah-langkah strategis yang perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing usaha.

Selain strategi pengembangan usaha, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era modern. Era digitalisasi menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang [4]. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis [5]. Salah satu bentuk digitalisasi yang saat ini banyak diterapkan pada sektor UMKM adalah penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sebagai sistem pembayaran non-tunai. QRIS merupakan standar pembayaran berbasis kode QR yang dikembangkan untuk mempermudah transaksi digital secara cepat, aman, dan efisien. Penerapan QRIS memberikan berbagai manfaat bagi pelaku usaha, seperti meningkatkan kenyamanan pelanggan, mempercepat proses transaksi, memperluas pilihan metode pembayaran, serta mendukung transformasi digital usaha. Selain itu, digitalisasi juga dapat diwujudkan melalui pemanfaatan platform digital seperti *Google Maps* dan media promosi visual yang mampu meningkatkan visibilitas serta aksesibilitas usaha bagi konsumen.

Salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk berkembang namun masih menghadapi berbagai kendala dalam aspek branding dan digitalisasi adalah UMKM Bakso Mburu Cukup yang berlokasi di Desa Turusgede. UMKM ini dikelola secara mandiri oleh tiga anggota keluarga, yaitu pasangan suami istri dan anak mereka tanpa melibatkan karyawan tambahan. Istri menjalankan usaha kedai bakso di rumah, sedangkan suami berjualan di lokasi tetap tepatnya di depan RS Bhina Raharja dengan bantuan anaknya. Sistem pengelolaan usaha yang masih bersifat keluarga membuat operasional usaha dijalankan secara sederhana, baik dalam aspek pelayanan, promosi, maupun pengelolaan transaksi.

Berikut adalah tabel analisis SWOT berdasarkan hasil observasi awal dan analisis situasi yang telah dilakukan pada UMKM Bakso Mburu Cukup

Strenghts	Weaknesses
-Cita rasa enak -Harga terjangkau -Lokasi strategis	Belum memiliki identitas usaha(banner/logo) -Lokasi belum terdaftar di <i>Google Maps</i> -Sistem pembayaran masih menggunakan uang tunai
Opportunities	Threats
-Meningkatnya penggunaan pembayaran digital	Persaingan dengan usaha kuliner yang lebih modern

Di sisi eksternal, UMKM Bakso Mburu Cukup memiliki peluang yang cukup besar untuk berkembang melalui pemanfaatan teknologi digital dan penguatan branding usaha. Peningkatan penggunaan media digital dan pembayaran non-tunai di masyarakat dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi sekaligus peningkatan

Pendampingan UMKM Bakso Mburu Cukup dalam Penguatan Identitas Usaha dan Transformasi Digital (Tiko Novitryan Hidayanto)

kualitas pelayanan. Pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps* berpotensi mempermudah pelanggan dalam menemukan lokasi usaha, sedangkan penggunaan QRIS dapat meningkatkan kemudahan transaksi dan citra usaha yang lebih modern. Namun demikian, usaha ini juga menghadapi ancaman berupa persaingan dengan usaha kuliner sejenis yang telah memanfaatkan media promosi digital, layanan pesan antar, serta sistem pembayaran modern sehingga lebih dikenal oleh masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan upaya pendampingan dan pemberdayaan untuk membantu UMKM Bakso Mburu Cukup meningkatkan identitas usaha serta memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha. Oleh karena itu, kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) ini dilaksanakan dengan fokus pada penguatan branding dan digitalisasi usaha melalui pembuatan banner dan logo usaha, pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps*, serta penerapan sistem pembayaran digital QRIS. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas usaha, mempermudah transaksi pembayaran, memperluas akses informasi usaha kepada masyarakat, serta meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan di era digital.

Kegiatan KKU ini bertujuan untuk membantu UMKM Bakso Mburu Cukup dalam meningkatkan identitas usaha, mempermudah sistem transaksi pembayaran, serta mendorong pemanfaatan teknologi digital sebagai upaya pengembangan usaha. Melalui kegiatan ini diharapkan UMKM mampu meningkatkan kualitas pelayanan, menarik lebih banyak konsumen, serta meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan di era digital saat ini.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. UMKM berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pembangunan ekonomi daerah. Selain itu, UMKM juga memiliki kemampuan bertahan yang relatif baik dalam menghadapi berbagai perubahan kondisi ekonomi sehingga menjadi salah satu pilar utama perekonomian nasional [1]. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan berbagai inovasi agar dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya [2].

2.2 Branding dan Identitas Usaha

Branding merupakan upaya membangun identitas dan citra usaha agar mudah dikenali oleh konsumen. Identitas usaha dapat diwujudkan melalui logo, banner, kemasan produk, maupun media promosi lainnya yang mencerminkan karakteristik usaha. Branding yang kuat mampu meningkatkan kesadaran merek (brand awareness), membedakan produk dari pesaing, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Penguatan branding melalui pembuatan logo kemasan dan pemasangan penunjuk arah usaha mampu meningkatkan visibilitas usaha serta memudahkan konsumen menemukan lokasi UMKM. Keberadaan identitas visual yang jelas juga memberikan kesan profesional sehingga mampu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Oleh karena itu, branding menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan UMKM agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif [6].

2.3 Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM merupakan proses pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aktivitas usaha, seperti pemasaran, promosi, pelayanan pelanggan, hingga sistem transaksi pembayaran. Digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Pemanfaatan teknologi digital pada UMKM mampu meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas akses pasar yang sebelumnya terbatas pada lingkungan sekitar. Melalui digitalisasi, pelaku usaha dapat memanfaatkan berbagai platform digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen. Selain itu, digitalisasi juga menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital [2].

2.4 Pemanfaatan Google Maps sebagai Media Promosi Digital

Google Maps merupakan layanan berbasis lokasi yang dapat dimanfaatkan UMKM untuk meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas usaha. Pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha secara cepat dan akurat melalui perangkat digital. Pemanfaatan *Google Maps* dapat membantu meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan pemasaran karena konsumen lebih mudah menemukan lokasi usaha. Selain itu, keberadaan usaha pada platform digital juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap usaha yang dijalankan. Oleh karena itu, *Google Maps* menjadi salah satu

bentuk digitalisasi sederhana yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan [2].

2.5 Sistem Pembayaran Digital QRIS

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan standar pembayaran digital yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk memudahkan transaksi non-tunai melalui satu kode QR yang dapat digunakan oleh berbagai aplikasi pembayaran digital. Penggunaan QRIS memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan efisiensi dalam proses transaksi. Penerapan sistem pembayaran digital pada UMKM dapat meningkatkan kualitas pelayanan karena pelanggan memiliki lebih banyak pilihan metode pembayaran yang praktis dan modern. Selain itu, digitalisasi sistem pembayaran juga mampu meningkatkan citra usaha sebagai usaha yang mengikuti perkembangan teknologi sehingga lebih menarik bagi konsumen [7].

3. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) pada UMKM Bakso Mburu Cukup yang berlokasi di Desa Turusgede menggunakan metode observasi, pendampingan, implementasi, dan evaluasi. Metode ini disusun dengan mengacu pada beberapa kegiatan pengabdian masyarakat terkait penguatan branding dan digitalisasi UMKM yang meliputi tahapan identifikasi masalah, perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi hasil kegiatan.

UMKM Bakso Mburu Cukup dikelola secara mandiri oleh tiga anggota keluarga, yaitu pasangan suami istri dan anak mereka tanpa menggunakan karyawan tambahan. Istri menjalankan usaha kedai bakso di rumah, sedangkan suami berjualan di lokasi tetap tepatnya di depan RS Bhina Raharja dengan bantuan anaknya. Sistem pengelolaan usaha yang masih bersifat keluarga ini menyebabkan pelaksanaan usaha dilakukan secara sederhana, baik dalam aspek pelayanan, promosi, maupun pengelolaan transaksi usaha. Oleh karena itu, kegiatan KKU difokuskan pada penguatan identitas usaha dan digitalisasi pelayanan guna membantu meningkatkan visibilitas usaha, kualitas pelayanan, serta daya saing UMKM di era digital.

3.1 Observasi dan Identifikasi Masalah

Tahap pertama, yaitu observasi dan identifikasi masalah. Pada tahap ini dilakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung terhadap kondisi usaha Bakso Mburu Cukup untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Metode observasi dilakukan sebagai tahap awal kegiatan untuk mengetahui kondisi usaha secara langsung dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM. Observasi dilakukan melalui survei lokasi usaha, pengamatan kondisi tempat usaha, serta wawancara langsung dengan pemilik UMKM Bakso Mburu Cukup. Tahapan observasi penting dilakukan agar solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra usaha [6].

Kegiatan yang dilakukan pada tahap observasi meliputi:

1. Survei lokasi usaha di kedai rumah dan lokasi berjualan di depan RS Bhina Raharja.
2. Wawancara dengan pemilik usaha mengenai kondisi usaha dan kendala yang dihadapi.
3. Pengamatan sistem pelayanan dan transaksi pembayaran.
4. Analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha.
5. Identifikasi kebutuhan mitra terkait branding dan digitalisasi usaha.

3.2 Metode Pendampingan

Metode pendampingan, dilakukan untuk memberikan arahan, edukasi, dan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya branding usaha dan digitalisasi pelayanan. Pendampingan dilakukan secara langsung agar mitra dapat memahami manfaat program yang diberikan serta mampu menerapkannya secara berkelanjutan. Pendekatan pendampingan ini dilakukan untuk meningkatkan daya saing usaha [7].

Kegiatan yang dilakukan pada tahap pendampingan meliputi:

1. Diskusi bersama mitra mengenai desain banner atau plang usaha.
2. Edukasi pentingnya branding dan identitas visual usaha.
3. Pendampingan proses pembuatan QRIS sebagai sistem pembayaran digital.
4. Pendampingan penggunaan pembayaran digital dalam transaksi usaha.
5. Edukasi sederhana mengenai pelayanan konsumen dan strategi pemasaran digital.

3.3 Metode Implementasi

Metode implementasi, merupakan tahap pelaksanaan program yang telah direncanakan berdasarkan hasil observasi dan pendampingan. Pada tahap ini, mahasiswa bersama mitra melaksanakan program penguatan branding dan digitalisasi usaha secara langsung. Implementasi program dilakukan dengan mengacu pada kegiatan pengabdian terdahulu yang melaksanakan program branding usaha melalui pembuatan banner, media promosi, dan pemanfaatan teknologi digital [8].

Kegiatan yang dilakukan pada tahap implementasi meliputi:

1. Pembuatan dan pemasangan banner atau plang usaha pada kedai Bakso Mburu Cukup.
2. Pembuatan barcode QRIS sebagai metode pembayaran non-tunai.
3. Penempatan QRIS di lokasi usaha agar mudah digunakan pelanggan.
4. Membantu penataan identitas usaha agar lebih menarik dan mudah dikenali.
5. Sosialisasi penggunaan pembayaran digital kepada pelanggan dan pemilik.

3.4 Metode Evaluasi

Metode evaluasi, dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program yang telah dilaksanakan serta dampaknya terhadap perkembangan usaha mitra. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan langsung dan wawancara bersama pemilik usaha terkait perubahan yang dirasakan setelah pelaksanaan program. Tahap evaluasi pada kegiatan pengabdian UMKM ini bertujuan mengetahui kesesuaian antara program yang direncanakan dengan hasil yang dicapai [7].

Kegiatan yang dilakukan pada tahap evaluasi meliputi:

1. Pengamatan perubahan kondisi usaha setelah pemasangan banner.
2. Evaluasi penggunaan QRIS dalam transaksi pembayaran.
3. Wawancara dengan pemilik usaha mengenai manfaat program yang diberikan.
4. Evaluasi peningkatan visibilitas dan pelayanan usaha.
5. Penyusunan laporan hasil kegiatan KKKU.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) pada UMKM Bakso Mburu Cukup dilaksanakan melalui beberapa tahapan kegiatan meliputi observasi, pendampingan, implementasi, dan evaluasi. Kegiatan ini mengacu pada beberapa program pengabdian masyarakat terkait penguatan branding dan digitalisasi UMKM yang menekankan pentingnya identitas visual usaha, strategi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM [6].

Pelaksanaan program dilakukan untuk membantu UMKM Bakso Mburu Cukup dalam meningkatkan identitas usaha, memperbaiki sistem pelayanan transaksi, serta meningkatkan daya saing usaha melalui branding dan digitalisasi pembayaran. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan positif pada aspek visibilitas usaha dan pelayanan kepada konsumen.

4.1 Observasi dan Identifikasi Permasalahan

Tahap observasi dilakukan melalui survei lokasi usaha dan wawancara langsung dengan pemilik UMKM Bakso Mburu Cukup. Observasi dilakukan di kedai rumah dan lokasi berjualan di depan RS Bhina Raharja. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa UMKM Bakso Mburu Cukup memiliki potensi usaha yang cukup baik karena memiliki cita rasa bakso yang enak, harga terjangkau, dan lokasi berjualan yang strategis.

Namun demikian, ditemukan beberapa kendala yang menghambat perkembangan usaha, yaitu belum adanya banner atau plang usaha pada kedai rumah sehingga usaha sulit dikenali masyarakat sekitar. Selain itu, sistem transaksi pembayaran masih menggunakan uang tunai sehingga kurang praktis bagi konsumen yang mulai terbiasa menggunakan pembayaran digital. Permasalahan tersebut sejalan dengan beberapa kegiatan pengabdian masyarakat yang menyebutkan bahwa banyak pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan pada aspek branding dan identitas visual usaha sehingga produk atau usaha kurang dikenal masyarakat [8].

Hasil observasi kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal usaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan usaha terletak pada kualitas rasa dan lokasi strategis, sedangkan kelemahannya berada pada kurangnya branding dan belum adanya digitalisasi pembayaran. Peluang usaha berasal dari meningkatnya penggunaan media digital dan pembayaran non-tunai, sedangkan ancaman berasal dari persaingan usaha kuliner yang sudah lebih modern dan dikenal masyarakat.



Gambar 1. Observasi Bersama Dosen Pembimbing

4.2 Pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan melalui diskusi dan edukasi bersama pemilik UMKM mengenai pentingnya branding usaha dan digitalisasi pelayanan. Kegiatan ini mengacu pada program pelatihan branding usaha yang bertujuan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya identitas visual dan strategi pemasaran dalam pengembangan usaha [8].

Pada tahap ini, tim KKU memberikan pemahaman mengenai pentingnya identitas visual usaha dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Pemilik usaha diberikan edukasi terkait fungsi banner atau plang usaha sebagai media promosi yang mampu membantu konsumen mengenali lokasi usaha dengan lebih mudah. Selain itu, dilakukan pendampingan mengenai penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital untuk meningkatkan kemudahan transaksi bagi pelanggan.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pemilik UMKM mulai memahami pentingnya branding usaha dan pelayanan digital dalam mendukung perkembangan usaha. Pemilik usaha juga memberikan respon positif terhadap program yang diberikan karena dinilai mampu membantu meningkatkan profesionalitas usaha dan kenyamanan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa branding dan digitalisasi mampu meningkatkan citra usaha serta memperluas jangkauan konsumen UMKM [9].



Gambar 2. Pendampingan branding digital (sosial media)

4.3 Implementasi Program

Tahap implementasi merupakan pelaksanaan program yang telah direncanakan berdasarkan hasil observasi dan pendampingan. Program utama yang dilaksanakan pada UMKM Bakso Mburu Cukup meliputi pembuatan banner usaha, pembuatan logo, lokasi UMKM di *Google Maps* dan penerapan pembayaran digital QRIS. Proses ini bertujuan memastikan bahwa setiap kegiatan berjalan sesuai dengan rencana, dapat dipahami dengan baik oleh pihak yang didampingi, dan mampu memberikan manfaat yang berkelanjutan [7].

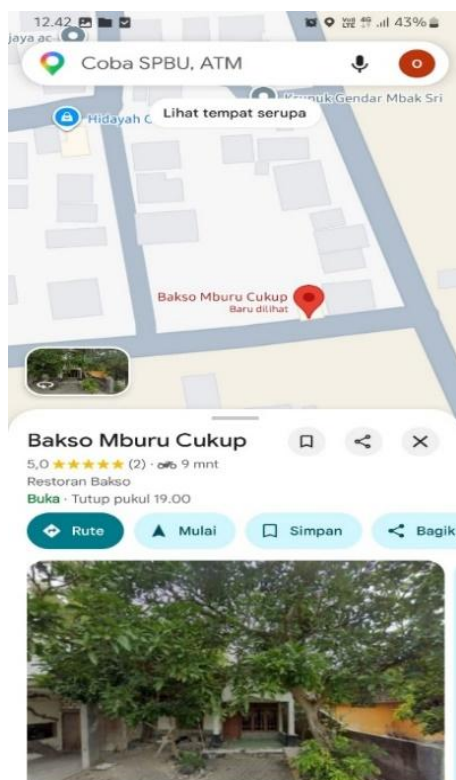
4.3.1 Pembuatan Titik Lokasi UMKM pada *Google Maps*

Salah satu program implementasi yang dilakukan adalah membantu pembuatan titik lokasi UMKM Bakso Mburu Cukup pada platform *Google Maps*. Program ini dilakukan karena sebelumnya lokasi kedai bakso

yang berada di rumah belum terdaftar secara digital sehingga konsumen mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi usaha. *Google maps* dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu tempat yang kurang strategis dan kurang diketahui oleh masyarakat luas [10]. Pembuatan lokasi pada *Google Maps* bertujuan untuk mempermudah pelanggan dalam mencari dan mengakses lokasi usaha secara lebih cepat dan akurat.

Proses pembuatan lokasi dilakukan dengan mendaftarkan nama usaha, alamat usaha, titik koordinat lokasi, serta menambahkan informasi pendukung seperti jam operasional dan foto usaha. Dengan adanya lokasi digital pada *Google Maps*, UMKM menjadi lebih mudah ditemukan oleh masyarakat maupun pelanggan baru yang mencari tempat makan melalui internet. Program ini juga menjadi salah satu bentuk digitalisasi usaha sederhana yang dapat membantu meningkatkan visibilitas dan jangkauan pemasaran UMKM.

Hasil implementasi menunjukkan bahwa keberadaan lokasi usaha pada *Google Maps* memberikan manfaat bagi pemilik usaha karena mempermudah pelanggan menemukan lokasi kedai Bakso Mburu Cukup. Selain itu, usaha terlihat lebih profesional dan mengikuti perkembangan teknologi digital dalam bidang pemasaran usaha kuliner.

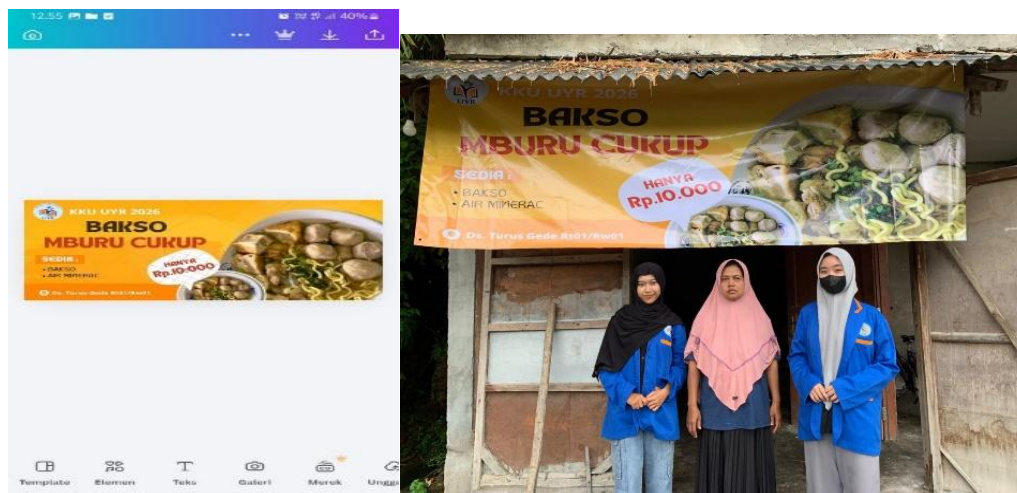


Gambar 3. Pembuatan Lokasi UMKM di *Google Maps*

4.3.2 Pembuatan Banner dan Logo Usaha

Program implementasi berikutnya adalah pembuatan banner dan logo usaha sebagai bentuk penguatan branding UMKM Bakso Mburu Cukup. Sebelum pelaksanaan program, usaha belum memiliki identitas visual berupa banner ataupun logo sehingga masyarakat sekitar kurang mengetahui keberadaan usaha tersebut. Kondisi tersebut menyebabkan usaha kurang menonjol dibandingkan usaha kuliner lainnya.

Pembuatan banner dilakukan dengan mendesain tampilan yang sederhana namun menarik dengan mencantumkan nama usaha, jenis produk, serta informasi visual yang mudah dikenali konsumen. Selain itu, dibuat juga logo usaha sebagai identitas visual UMKM agar usaha memiliki ciri khas tersendiri. Pembuatan branding visual ini mengacu pada kegiatan pengabdian masyarakat yang menyatakan bahwa logo, banner, dan identitas usaha memiliki peran penting dalam meningkatkan brand awareness dan daya tarik konsumen terhadap produk UMKM [8].



Gambar 4. Pemasangan Banner

Banner kemudian dipasang pada lokasi kedai rumah agar mudah terlihat oleh masyarakat yang melintas. Dengan adanya banner dan logo usaha, UMKM Bakso Mburu Cukup menjadi lebih mudah dikenali dan memiliki identitas usaha yang lebih jelas. Hasil implementasi menunjukkan bahwa pemasangan banner mampu meningkatkan visibilitas usaha serta memberikan kesan usaha yang lebih profesional dan menarik.

4.3.3 Pembuatan Sistem Pembayaran Digital

Program implementasi selanjutnya adalah pendampingan pembuatan sistem pembayaran digital menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Program ini dilakukan karena sebelumnya transaksi pembayaran pada UMKM Bakso Mburu Cukup hanya dilakukan secara tunai sehingga kurang praktis bagi sebagian pelanggan. Sementara itu, pembayaran digital melalui QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) telah menjadi sarana efektif bagi UMKM dalam melayani transaksi secara cepat dan aman [9].

Pembuatan QRIS dilakukan dengan membantu pemilik usaha dalam proses pendaftaran melalui layanan pembayaran digital yang tersedia. Setelah proses pendaftaran selesai, QRIS dicetak dan ditempatkan pada area usaha agar mudah digunakan oleh pelanggan saat melakukan transaksi. Selain itu, pemilik usaha juga diberikan edukasi mengenai cara penggunaan dan manfaat pembayaran digital dalam mendukung pelayanan usaha.

Penerapan QRIS memberikan kemudahan bagi pelanggan karena transaksi dapat dilakukan melalui dompet digital maupun mobile banking tanpa harus menggunakan uang tunai. Penggunaan pembayaran digital juga membantu meningkatkan efisiensi transaksi dan memberikan kesan modern pada usaha. Program ini sejalan dengan perkembangan digitalisasi UMKM yang mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing usaha.

Hasil implementasi menunjukkan bahwa penggunaan QRIS membantu mempermudah proses transaksi pembayaran dan meningkatkan kenyamanan pelanggan. Selain itu, pemilik usaha mulai memahami pentingnya pemanfaatan teknologi digital sebagai bagian dari pengembangan usaha di era modern.



Gambar 5. Pemasangan QRIS pada Gerobak Bakso

4.4 Evaluasi Kegiatan

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui efektivitas program yang telah dilaksanakan pada UMKM Bakso Mburu Cukup. Evaluasi dilakukan melalui wawancara dengan pemilik usaha dan pengamatan langsung terhadap perubahan kondisi usaha setelah program diterapkan. Tahap evaluasi ini mengacu pada metode monitoring dan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan mengetahui kesesuaian antara program yang direncanakan dengan hasil yang dicapai [6].

Berdasarkan hasil evaluasi, program branding dan digitalisasi memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha. Banner usaha yang telah dipasang membantu meningkatkan visibilitas usaha sehingga masyarakat lebih mudah mengetahui keberadaan kedai Bakso Mburu Cukup. Selain itu, penggunaan QRIS dinilai mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan karena transaksi pembayaran menjadi lebih praktis dan modern.

Pemilik usaha menyampaikan bahwa program yang diberikan sangat membantu dalam meningkatkan kualitas pelayanan usaha dan memberikan kesan usaha yang lebih profesional. Kegiatan ini juga memberikan pemahaman baru kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya mengikuti perkembangan teknologi dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha kuliner yang semakin kompetitif.

Secara keseluruhan, kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) pada UMKM Bakso Mburu Cukup berhasil memberikan solusi terhadap permasalahan usaha melalui penguatan branding dan digitalisasi pembayaran. Program yang dilaksanakan mampu meningkatkan identitas usaha, memperbaiki kualitas pelayanan, serta membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha di era digital.

Tabel 1. Aspek Evaluasi

Aspek Evaluasi	Sebelum Program	Sesudah Program	Presentase Perubahan
Identitas usaha (banner/logo)	Belum memiliki banner dan logo usaha	Sudah meliki banner dan logo usaha	Meningkat 100%
Kemudahan menemukan lokasi usaha	Lokasi usaha sulit ditemukan karena belum terdaftar digital	Lokasi usaha sudah tersedia di <i>Google Maps</i>	Meningkat 100%

Sistem Pembayaran	Hanya menerima pembayaran tunai	Sudah menerima pembayaran digital QRIS	Meningkat 100%
Jumlah pelanggan harian	Sekitar 20 pelanggan/hari	Sekitar 28 pelanggan/hari	Meningkat 40%
Kemudahan transaksi pelanggan	Pelanggan harus menyediakan uang tunai	Pelanggan dapat membayar secara digital	Meningkat 75%
Tingkat pengenalan usaha masyarakat	Rendah	Lebih dikenal masyarakat sekitar	Meningkat 60%
Kepuasan pelayanan pelanggan	Cukup baik	Lebih praktis dan modern	Meningkat 70%
Daya Tarik visual usaha	Kurang menarik	Lebih menarik dan mudah dikenali	Meningkat 80%

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa program Kuliah Kerja Usaha (KKU) yang dilaksanakan pada UMKM Bakso Mburu Cukup memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha, khususnya pada aspek branding dan digitalisasi usaha. Sebelum program dilaksanakan, usaha belum memiliki banner dan logo sehingga identitas usaha kurang dikenal masyarakat. Selain itu, lokasi usaha juga belum terdaftar secara digital sehingga pelanggan mengalami kesulitan menemukan lokasi kedai. Setelah dilakukan pemasangan banner, pembuatan logo usaha, dan pendaftaran lokasi pada *Google Maps*, usaha menjadi lebih mudah dikenali dan ditemukan oleh masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa branding visual dan pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan visibilitas serta profesionalitas usaha.

Pada aspek pelayanan dan transaksi pembayaran, program penerapan QRIS memberikan perubahan yang cukup signifikan terhadap kenyamanan pelanggan. Sebelum adanya QRIS, transaksi hanya dilakukan secara tunai sehingga pelanggan harus menyediakan uang tunai ketika melakukan pembelian. Setelah diterapkannya pembayaran digital, pelanggan dapat melakukan transaksi menggunakan dompet digital maupun mobile banking sehingga proses pembayaran menjadi lebih praktis, cepat, dan efisien. Kemudahan transaksi tersebut juga memberikan dampak positif terhadap kualitas pelayanan usaha karena pelanggan merasa lebih nyaman dengan sistem pembayaran yang modern dan sesuai perkembangan teknologi saat ini.

Hasil evaluasi juga menunjukkan adanya peningkatan jumlah pelanggan harian dari sekitar 20 pelanggan menjadi 28 pelanggan per hari atau meningkat sebesar 40%. Selain itu, tingkat pengenalan usaha, kepuasan pelayanan pelanggan, dan daya tarik visual usaha juga mengalami peningkatan setelah dilaksanakan program branding dan digitalisasi. Secara keseluruhan, hasil pada tabel menunjukkan bahwa implementasi banner, *Google Maps*, dan QRIS mampu membantu UMKM Bakso Mburu Cukup dalam meningkatkan identitas usaha, kualitas pelayanan, serta daya saing usaha di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif. Hasil evaluasi tidak hanya digunakan sebagai bahan pertanggung jawaban akademik, akan tetapi juga menjadi dasar perbaikan dan pengembangan program dimasa mendatang agar lebih tepat sasaran [11].

5. KESIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) pada UMKM Bakso Mburu Cukup bertujuan untuk membantu meningkatkan identitas usaha, kualitas pelayanan, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha. Program dilaksanakan melalui tahapan observasi, pendampingan, implementasi, dan evaluasi dengan fokus pada penguatan branding usaha dan transformasi digital. Secara keseluruhan, kegiatan KKU ini berhasil memberikan solusi terhadap permasalahan usaha melalui penguatan branding dan digitalisasi pelayanan sehingga membantu meningkatkan daya saing UMKM Bakso Mburu Cukup di era digital. Hasil kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) pada UMKM Bakso Mburu Cukup menunjukkan bahwa pembuatan banner dan logo usaha mampu meningkatkan visibilitas serta daya tarik UMKM, sedangkan pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps* mempermudah pelanggan menemukan lokasi usaha. Selain itu, penerapan sistem pembayaran digital QRIS membuat transaksi menjadi lebih praktis, cepat, dan modern. Berdasarkan hasil evaluasi, program yang dilaksanakan berhasil meningkatkan kenyamanan pelanggan, kualitas pelayanan, serta jumlah pelanggan harian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini Tim KKU menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat melalui program KKU (Kuliah Kerja Usaha). Semoga Allah SWT membalas kebaikan kepada semua pihak yang terlibat. Ucapan terima kasih disampaikan kepa

1. Pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas YPPI Rembang yang telah memberikan kesempatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian melalui KKU.
2. Rektor Universitas YPPI Rembang Bapak Aviv Mahmudi, S. Kom., M. Kom.
3. Dosen Pendamping Lapangan Ibu Susanti Dwi Ilhami, SE., MM.
4. UMKM “Mburu Cukup” yang telah memberikan izin dan ketersediannya kepada Tim KKU untuk melakukan kegiatan pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Widodo, N. N. Rosyiqoh, and Tunikah, “Pengembangan Pemasaran Umkm Kacang Cap Bunga Mawar Di Desa Sumbergirang Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang,” *Bul. Abdi Masy.*, vol. 4, no. 2, p. 133, 2024, doi: 10.47686/bam.v4i2.623.
- [2] S. U. Dita Pramesti, afkaar Rafi Cahya Maruzi, Silvia Nur Cahyani, eka Febriana, Endah Septi aulia Sari, Indira Jovita Febriyanti, Mishellia Diandra, Ratna Fatmawati, “PENDAMPINGAN UMKM GO DIGITAL: PENINGKATAN LAYANAN GOOGLE MAPS DAN APLIKASI SHOPEE PADA UMKM SOBAT KOPI DESA KEMLOKO,” *Bul. Abdi Masy.*, vol. 7, no. 1, pp. 46–53, 2026.
- [3] Sari dan Widodo, “Analisis faktor Internal Dan Faktor Eksternal UMKM Olahan Ikan di Kabupaten Rembang dengan menggunakan Analisis SWOT,” *Bul. Bisnis dan Manaj.*, vol. 07, no. 02, pp. 83–92, 2021.
- [4] R. R. Bakrie, S. Atikah Suri, Nabila, A. Sahara, V. H Pratama, and Firmansyah, “Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia (The Influence of MSME Creativity and Its Contribution in the Digital Age to the Indonesian Economy),” *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 16, no. 2, pp. 82–88, 2024.
- [5] A. I. D. Raditya Ferdianto, Muhammad Husin Nur Muzakki, Katon Pratondo, Indah Dwi Murdianingsih, Neta Belliawan Nikmah, “PELATIHAN KONTEN KREATOR SEBAGAI UPAYA MENDORONG PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SECARA PRODUKTIF PADA SISWA SMA NEGERI 1 PULOKULON,” *Bul. Abdi Masy.*, vol. 7, no. 1, pp. 24–33, 2026.
- [6] A. S. Faradilla, E. R. Juairiyah, A. Saiful, A. Prayoga, and S. Dwi, “Penguatan Branding Pada UMKM Yofi Fish Di Desa Sidowayah Kabupaten Rembang,” *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, pp. 23–32, 2025.
- [7] A. R. Anggraheni, S. Ramadhina, M. Z. Mustofa, and A. Sari, “Penguatan Identitas dan Pemasaran Digital pada UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus Melalui Program Kuliah Kerja Usaha Strengthening the Identity and Digital Marketing of Mbak Siti Bagus ' Warung Seribu Berkah MSME Through the Business Work Lecture P,” *Pengabdi. danSolidaritas Masy.*, vol. 2, pp. 256–265, 2025.
- [8] A. S. Faradilla, S. D. Ilhami, E. R. Juairiyah, and A. S. Ade, “Penguatan Branding Pada UMKM Yofi Fish Melalui Penunjuk Arah Dan Logo Kemasan Di Desa Sidowayah Kabupaten Rembang,” *J. Pengabdi. Masy. Indones. Kreat.*, vol. 01, no. 03, pp. 123–133, 2025.
- [9] S. D. I. Ming Ming Lukiarti, Nur Laili Jaziratun Nikmah, Rizka Oktavia Yunia Putri, “PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA TUMPI ALMEERA DI DESA BAGAN KECAMATAN LASEM,” *Bul. Abdi Masy.*, vol. 4, no. 2, pp. 112–117, 2024.
- [10] S. E. M. Miftah, D. A. Sari, N. Ni'mah, and F. Sodiq, “Pengembangan Umkm B&B Snack Desa Sawahan Kabupaten Rembang Melalui Google Maps Dan Papan Petunjuk Arah,” *Adi Widya J. Pengabdi. Masy.*, vol. 8, no. 1, pp. 456–466, 2024, doi: 10.33061/awpm.v8i1.10270.
- [11] S. D. I. Leni Purwati, Priti Naila Kamal, Dian Shelvi Cahyaningrum, “Pengembangan UMKM Es Sop Buah Segar Khas Cirebon Melalui Peningkatan Strategi Pemasaran,” *Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 4, pp. 15–22, 2020.