

Pendampingan Digitalisasi UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing melalui QRIS, Google Maps, dan Linktree

Kholid¹, Aulia Rahma², Siti Anisa³, Khalimatus Sakdiah⁴, Ahmad Rijalun Nafis⁵, Haris Shofiyuddin⁶

¹ Hukum Tata Negara, Fakultas Syariah Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Indonesia

² Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Indonesia

³ Sejarah Peradaban Islam, Fakultas Adab Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Indonesia

⁴ Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Indonesia

⁵ Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Indonesia

⁶ Fakultas Adab Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Indonesia

Korespondensi: kholidn993@gmail.com, aulrh266@gmail.com, anisarendra02@gmail.com, diiahaae@gmail.com, nafisrijalun@gmail.com, harisshofiyuddin@gmail.com

Informasi Artikel

Riwayat artikel:

Received Sept 3th, 2026

Revised Sept 30th, 2026

Accepted Oct 16th, 2026

Keyword:

Digitalisasi UMKM; QRIS; Google Maps; *Linktree*; *Asset Based Community Development* (ABCD).

ABSTRAK

Program pendampingan digitalisasi untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertujuan meningkatkan daya saing usaha di era digital. Artikel ini menggambarkan pelaksanaan program SMART UMKM di Desa Bulubrangsi, Kecamatan Laren, Kabupaten Lamongan, yang mencakup pendampingan dalam pembuatan QRIS, Google Maps, dan Linktree. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD). Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap 11 pelaku UMKM. Sebelum pendampingan, banyak UMKM yang masih menggunakan pemasaran konvensional dan transaksi tunai. Setelah pendampingan, mereka mulai menggunakan QRIS, mendaftarkan lokasi di Google Maps, dan memanfaatkan *Linktree*. Program ini berhasil meningkatkan literasi digital, mempermudah transaksi, serta memperkuat identitas UMKM digital, meskipun ada kendala seperti keterbatasan jaringan dan literasi digital yang rendah.



© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam menopang perekonomian Indonesia, sebab kontribusinya dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menggerakkan perekonomian di tingkat daerah cukup signifikan. Seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi, transformasi digital menjadi salah satu unsur penentu keberlangsungan dan daya saing UMKM ke depannya. Pemanfaatan teknologi digital tidak sebatas menunjang kegiatan pemasaran, tetapi juga mempermudah proses transaksi, memperluas cakupan pasar, sekaligus mendorong efisiensi operasional usaha. Karena itu, digitalisasi UMKM menjadi salah satu prioritas pemerintah dalam upaya memperkuat perekonomian nasional di tengah era digital (Vial, 2019)

Namun demikian, adopsi teknologi digital di kalangan UMKM pada berbagai wilayah masih tergolong rendah. Beberapa hasil kajian mengungkapkan bahwa banyak pelaku UMKM masih dihadapkan pada persoalan seperti rendahnya tingkat literasi digital, terbatasnya akses terhadap teknologi, serta minimnya pendampingan dalam mengoptimalkan platform digital untuk mengembangkan usaha (Fathoni & Khoiriyah, 2023). Akibatnya, tidak sedikit UMKM yang tetap bertahan pada pola pemasaran konvensional dan transaksi tunai, sehingga peluang untuk menjangkau

pasar yang lebih luas belum dimanfaatkan secara maksimal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa digitalisasi tidak semata soal penyediaan perangkat teknologi, melainkan juga membutuhkan pendampingan berkelanjutan agar pelaku usaha dapat menerapkan teknologi sesuai kebutuhan usahanya masing-masing.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji berbagai bentuk digitalisasi UMKM, mulai dari penerapan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), pendaftaran lokasi usaha di *Google Maps*, hingga pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. (Nikmah, 2025) mengungkapkan bahwa penerapan QRIS dan *Google Maps* dapat mendorong efisiensi transaksi sekaligus memperluas akses konsumen terhadap UMKM. Sejalan dengan itu (Ananda, 2025) memaparkan bahwa proses pendampingan digital berperan dalam meningkatkan kesiapan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha. Meski demikian, penelitian-penelitian tersebut cenderung hanya menyoroti satu atau dua aspek digitalisasi saja, tanpa mengintegrasikan berbagai platform digital ke dalam satu program pendampingan yang menyeluruh.

Mengacu pada kajian-kajian terdahulu tersebut, ditemukan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*), yakni minimnya kajian yang memadukan pendampingan pembuatan QRIS, *Google Maps*, dan *Linktree* sebagai satu kesatuan program digitalisasi yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM di tingkat desa. Di samping itu, kebanyakan penelitian lebih menitikberatkan pada evaluasi hasil penerapan teknologi, sementara aspek proses pendampingan langsung kepada pelaku UMKM masih belum banyak diulas. Padahal, keberhasilan transformasi digital tidak semata bergantung pada ketersediaan teknologi, melainkan juga dipengaruhi oleh sejauh mana pelaku usaha memahami dan mampu mengoperasikan teknologi tersebut (Morisson, 2025)

Bertolak dari kesenjangan yang telah diuraikan, penelitian ini diposisikan sebagai kelanjutan sekaligus pengembangan dari kajian-kajian sebelumnya dengan menelaah pelaksanaan program SMART UMKM (Sinergi Mendukung Akses, *Re-branding*, dan Transformasi UMKM) yang diterapkan di Desa Bulubrangsi, Kecamatan Laren, Kabupaten Lamongan. Unsur kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada model pendampingan yang memadukan tiga bentuk digitalisasi secara bersamaan, yaitu pembuatan QRIS sebagai instrumen pembayaran digital, pendaftaran lokasi usaha di *Google Maps* guna meningkatkan aksesibilitas, serta pemanfaatan *Linktree* sebagai sarana untuk menyatukan berbagai informasi digital UMKM dalam satu tautan. Proses pendampingan ini dijalankan secara partisipatif dengan menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD), sehingga pelaku UMKM tidak hanya menjadi objek, melainkan berperan sebagai subjek utama dalam keseluruhan proses transformasi digital.

Mengacu pada paparan tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis kondisi awal UMKM sebelum menjalani pendampingan digitalisasi, mendeskripsikan proses pelaksanaan pendampingan melalui pembuatan QRIS, *Google Maps*, dan *Linktree*, serta mengevaluasi dampak program terhadap peningkatan digitalisasi dan daya saing pelaku UMKM di Desa Bulubrangsi. Adapun hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan rujukan bagi pemerintah desa, institusi pendidikan tinggi, maupun para pemangku kepentingan lain dalam merancang program pemberdayaan UMKM berbasis digital yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode *Asset Based Community Development* (ABCD). Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan hasil identifikasi aset, pelaksanaan program, kendala yang dihadapi, serta dampak program terhadap peningkatan daya saing UMKM di Desa Bulubrangsi. Sementara itu, metode ABCD digunakan sebagai landasan dalam merancang dan melaksanakan program pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada identifikasi, pengembangan, dan optimalisasi aset yang telah dimiliki masyarakat. Melalui pendekatan ini, masyarakat dipandang sebagai subjek utama yang memiliki potensi untuk berkembang. Oleh karena itu, program yang dilaksanakan tidak hanya berfokus pada keterbatasan yang dihadapi, tetapi juga pada pemanfaatan aset lokal yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan (Salahuddin, 2015).

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Bulubrangsi, Kecamatan Laren, Kabupaten Lamongan, dengan sasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan data Pemerintah Desa Bulubrangsi, terdapat 58 UMKM yang terdaftar pada tahun 2024. Selanjutnya,

dilakukan pemetaan melalui observasi lapangan untuk mengetahui kondisi dan keberlangsungan usaha. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa dari 58 UMKM terdaftar, sebanyak 26 UMKM masih aktif menjalankan usaha, sedangkan 32 UMKM lainnya sudah tidak aktif. Dari 26 UMKM yang masih aktif tersebut, sebanyak 11 UMKM bersedia dan memenuhi kriteria untuk mengikuti pendampingan digitalisasi secara intensif. Dengan demikian, 11 UMKM tersebut ditetapkan sebagai sasaran program pendampingan SMART UMKM yang dilaksanakan secara langsung dengan pendekatan *door-to-door*. Pendampingan ini disesuaikan dengan kondisi, potensi, dan kebutuhan masing-masing pelaku usaha agar penerapan teknologi digital dapat dilakukan secara tepat. Data dalam kegiatan pengabdian ini diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi UMKM, tingkat pemanfaatan teknologi digital, serta potensi yang dimiliki oleh masing-masing pelaku usaha. Wawancara dilakukan kepada Pemerintah Desa Bulubrangi, Ketua UMKM desa, dan pelaku UMKM untuk memperoleh informasi mengenai kondisi usaha, kebutuhan, serta kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha berbasis digital. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk mendukung hasil observasi dan wawancara melalui pengumpulan data administrasi UMKM, foto kegiatan, serta dokumentasi hasil pendampingan selama program berlangsung.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui empat tahapan, yaitu identifikasi aset, perencanaan program, implementasi, dan evaluasi. Tahap identifikasi aset dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk memetakan potensi serta kebutuhan 11 pelaku UMKM yang menjadi sasaran pendampingan. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, disusun program SMART UMKM (*Sinergi Mendukung Akses, Re-branding, dan Transformasi UMKM*) yang berfokus pada penguatan kapasitas digital pelaku usaha. Tahap implementasi dilakukan melalui pendampingan secara langsung dengan pendekatan *door-to-door*, meliputi pembuatan QRIS melalui GoPay, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pembuatan *Linktree* sebagai media integrasi informasi usaha, serta pembuatan banner bagi UMKM yang membutuhkan. Tahap terakhir adalah evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui keterlaksanaan program, manfaat yang dirasakan oleh pelaku UMKM, serta berbagai kendala yang ditemui selama proses pendampingan.

Proses analisis data dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kondensasi data dilakukan dengan memilah dan memfokuskan informasi yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sesuai dengan tujuan kegiatan. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif yang menggambarkan kondisi awal UMKM, potensi aset yang dimiliki, pelaksanaan pendampingan digitalisasi, serta hasil yang dicapai melalui program SMART UMKM. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan keterkaitan antara kondisi awal, proses pelaksanaan, dan hasil pendampingan. Analisis tersebut mengacu pada model analisis data interaktif yang dikemukakan oleh (Miles, Huberman, dan Saldaña 2014).

Dalam pelaksanaan pendekatan ABCD, identifikasi aset menjadi dasar dalam menentukan bentuk pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM. Aset yang dipetakan tidak hanya mencakup sumber daya fisik dan produk usaha, tetapi juga keterampilan pelaku usaha, jaringan sosial, pengalaman berwirausaha, serta peluang pemanfaatan teknologi digital. Pemetaan tersebut digunakan untuk menentukan prioritas pengembangan usaha melalui pemanfaatan sumber daya yang telah tersedia di lingkungan masyarakat. Pendekatan ini sejalan dengan pemikiran (Kretzmann dan McKnight 1993), yang menekankan pentingnya pengembangan masyarakat melalui pengenalan dan mobilisasi aset lokal, bukan semata-mata melalui identifikasi permasalahan dan kekurangan yang dihadapi masyarakat.

Indikator keberhasilan program SMART UMKM ditentukan berdasarkan keterlaksanaan setiap bentuk pendampingan dan perubahan kapasitas digital pelaku usaha setelah mengikuti program. Indikator tersebut meliputi tersedianya sarana pembayaran digital melalui QRIS, tercantumnya lokasi usaha pada Google Maps, tersedianya *Linktree* sebagai media integrasi informasi usaha, serta tersedianya banner promosi bagi UMKM yang membutuhkan. Selain itu, evaluasi juga memperhatikan pemahaman pelaku usaha mengenai fungsi dan cara menggunakan sarana digital yang telah dibuat. Penggunaan teknologi digital dalam kegiatan ini diarahkan untuk mendukung perluasan akses pasar, kemudahan transaksi, dan peningkatan visibilitas usaha. Hal tersebut sejalan dengan laporan (OECD 2021), yang menjelaskan bahwa transformasi digital dapat membantu usaha kecil dan menengah meningkatkan efisiensi operasional, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memperkuat daya saing. Namun, hasil evaluasi dalam kegiatan ini dipahami berdasarkan temuan selama pendampingan dan belum secara otomatis menunjukkan peningkatan penjualan atau pendapatan UMKM.

Keabsahan data dalam kegiatan pengabdian ini dijaga melalui triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sementara itu, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari Pemerintah Desa Bulubrangsi, Ketua UMKM desa, dan pelaku UMKM. Selain itu, hasil kegiatan diverifikasi melalui luaran program berupa pembuatan QRIS, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pembuatan *Linktree*, serta dokumentasi kegiatan pendampingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kondisi Awal UMKM Sebelum Pendampingan Digitalisasi

Sebagai salah satu desa di Kecamatan Laren, Kabupaten Lamongan, Desa Bulubrangsi menyimpan potensi ekonomi lokal yang cukup menjanjikan. Hal ini tidak lepas dari kontribusi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjalankan usaha di sektor kuliner, hasil pertanian, maupun produk olahan rumah tangga. Keberadaan UMKM ini menjadi salah satu motor penggerak perekonomian warga, sebab mampu membuka lapangan pekerjaan sekaligus mendongkrak pendapatan masyarakat sekitar.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) berlangsung, ditemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Desa Bulubrangsi masih mengelola usahanya dengan cara-cara konvensional. Strategi pemasaran yang diterapkan umumnya mengandalkan pelanggan tetap serta promosi dari mulut ke mulut, sementara pemanfaatan teknologi digital, baik untuk pemasaran maupun transaksi sudah digunakan dari beberapa pelaku UMKM namun secara keseluruhan masih tergolong minim (Surabaya, 2026)

Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki identitas digital yang layak. Titik lokasi usaha belum terdaftar di Google Maps, sehingga calon konsumen dari luar daerah kesulitan menemukan tempat usaha tersebut. Di samping itu, sebagian besar pelaku usaha juga belum memiliki satu platform digital yang dapat merangkum berbagai informasi penting, seperti kontak, akun media sosial, katalog produk, hingga layanan pemesanan, dalam satu tautan yang mudah diakses. Padahal, identitas digital merupakan unsur krusial dalam meningkatkan eksistensi usaha sekaligus memperluas jangkauan pasar (Anderson & Tushman, 2021)

Dalam praktik transaksinya, kebanyakan pelaku UMKM masih bertumpu pada pembayaran tunai, sementara penerapan QRIS sebagai metode pembayaran digital belum banyak dimanfaatkan. Hal ini terutama disebabkan oleh terbatasnya pemahaman pelaku usaha mengenai cara pendaftaran maupun keunggulan yang bisa diperoleh dari penggunaannya. Padahal, QRIS merupakan bentuk inovasi sistem pembayaran nasional yang berpotensi meningkatkan efisiensi transaksi, mempersingkat waktu pembayaran, serta memperluas inklusi keuangan di kalangan UMKM (Indonesia, 2019)

Secara keseluruhan, gambaran awal kondisi UMKM di Desa Bulubrangsi mengindikasikan bahwa tantangan utamanya bukan pada kualitas produk, melainkan masih rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aspek, mulai dari pemasaran, promosi, hingga transaksi. Karena itulah, program pendampingan digitalisasi melalui pembuatan QRIS, pendaftaran lokasi di Google Maps, dan pembuatan *Linktree* dinilai perlu dilakukan agar UMKM dapat memperkuat daya saing dan memperluas jangkauan pasarnya di era digital.

Gambaran kondisi awal ini memperlihatkan bahwa kebutuhan pengembangan setiap UMKM tidak sama, bergantung pada ciri usaha dan tingkat kecakapan mereka dalam memanfaatkan teknologi. Sebagian pelaku usaha masih bertumpu pada pertemuan langsung dengan pembeli serta promosi dari mulut ke mulut, sementara media digital belum sepenuhnya masuk dalam strategi pemasaran. Akibatnya, informasi tentang produk, letak usaha, dan mekanisme pemesanan belum tentu mudah dijangkau oleh calon pelanggan yang berada di luar lingkungan sekitar (OECD, 2021).

Keragaman kondisi antarpelaku usaha ini menjadi pijakan utama dalam merumuskan pendampingan yang tepat. Proses digitalisasi tidak bisa disamaratakan dengan membagikan fasilitas teknologi yang sama kepada semua UMKM, sebab kebutuhan setiap usaha berbeda. UMKM yang belum menyediakan metode pembayaran nontunai perlu diperkenalkan dengan QRIS, sedangkan usaha yang informasi lokasinya belum mudah ditemukan dapat dibantu lewat pendaftaran di Google Maps. Sementara itu, pelaku usaha yang ingin menyajikan informasi produk

dan kontak secara lebih praktis dapat menggunakan Linktree untuk menghimpun berbagai kanal digitalnya dalam satu tautan (Indonesia, 2019).

Pemetaan kondisi awal UMKM tidak sebatas mendata berapa banyak dan apa saja jenis usaha yang akan dilibatkan dalam program. Lebih dari itu, pemetaan ini memperlihatkan kebutuhan pendampingan yang paling mendesak bagi masing-masing pelaku usaha. Temuan tersebut kemudian dijadikan dasar merancang kegiatan yang selaras dengan situasi di lapangan, sehingga adopsi teknologi digital dapat berjalan selangkah demi selangkah, mengikuti kesiapan tiap UMKM (Centre, 2021).

2. Pelaksanaan Pendampingan Digitalisasi melalui Pembuatan QRIS, Google Maps, dan Linktree

Pelaksanaan program pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Bulubrangsi dilaksanakan sebagai salah satu upaya meningkatkan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung daya saing pelaku usaha. Kegiatan ini diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi aktual UMKM yang tercatat dalam data desa. Berdasarkan hasil observasi, terdapat 58 UMKM yang terdaftar, namun hanya 26 UMKM yang masih aktif menjalankan usaha. Dari jumlah tersebut, sebanyak 11 UMKM bersedia mengikuti program pendampingan digitalisasi yang dilaksanakan oleh tim KKN. Rendahnya jumlah UMKM yang berpartisipasi disebabkan oleh beberapa faktor, seperti usaha yang sudah tidak beroperasi, pemilik usaha yang berpindah lokasi, serta adanya pelaku usaha yang merasa belum membutuhkan pendampingan digital.

Pendampingan dilakukan secara *door to door* dengan mengunjungi rumah masing-masing pelaku UMKM. Pendekatan ini dipilih agar proses pendampingan dapat disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan setiap pelaku usaha, sekaligus memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk membantu secara langsung apabila terdapat kendala teknis selama proses digitalisasi. Pola pendampingan seperti ini juga memungkinkan terjalinnya komunikasi yang lebih intensif sehingga pelaku UMKM lebih

Program pendampingan difokuskan pada tiga bentuk digitalisasi, yaitu pembuatan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) melalui aplikasi GoPay Merchant, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, serta pembuatan Linktree sebagai media yang mengintegrasikan seluruh informasi digital usaha dalam satu tautan. Ketiga bentuk pendampingan tersebut dipilih karena merupakan langkah awal yang relatif mudah diterapkan oleh UMKM skala rumah tangga serta memiliki manfaat yang dapat dirasakan secara langsung dalam mendukung kegiatan pemasaran dan transaksi usaha.

Pada tahap pembuatan QRIS, tim KKN mendampingi pelaku usaha mulai dari registrasi akun, pengisian identitas usaha, hingga proses verifikasi. Setelah akun berhasil diverifikasi, pelaku usaha dapat menggunakan kode QRIS sebagai alternatif pembayaran non-tunai bagi konsumen. Penggunaan QRIS memberikan kemudahan bagi pelanggan karena pembayaran dapat dilakukan melalui aplikasi pembayaran digital yang mendukung QRIS tanpa harus menggunakan uang tunai. Bagi pelaku usaha, sistem ini juga dapat membantu pencatatan transaksi secara lebih praktis. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Nikmah et al., 2025) yang menyatakan bahwa implementasi QRIS dapat meningkatkan efisiensi transaksi, mempermudah pembayaran bagi pelanggan, serta mendukung terbentuknya ekosistem keuangan digital pada UMKM. Hasil serupa ditemukan dalam penelitian (Ananda et al., 2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berkontribusi terhadap efisiensi transaksi dan mendukung perluasan akses pasar melalui pemanfaatan teknologi digital.

Selain pendampingan QRIS, tim KKN membantu pelaku UMKM mendaftarkan lokasi usahanya pada Google Maps. Proses ini dilakukan dengan menentukan titik koordinat lokasi usaha, kemudian melengkapi informasi berupa nama dan kategori usaha, jam operasional, nomor telepon, serta dokumentasi produk apabila tersedia. Pendaftaran tersebut bertujuan agar lokasi usaha lebih mudah ditemukan oleh masyarakat melalui layanan pencarian Google. Keberadaan usaha pada Google Maps juga dapat menjadi identitas digital yang membantu meningkatkan visibilitas usaha. Hasil ini mendukung penelitian (Nikmah et al., 2025), yang menjelaskan bahwa Google Maps dapat memperluas jangkauan pemasaran dengan memudahkan konsumen menemukan lokasi dan memperoleh informasi usaha. Demikian pula, (Puspasari, Utami, & Susilawati, 2025)

menyebutkan bahwa pendaftaran Google Maps merupakan salah satu bentuk digitalisasi sederhana yang dapat meningkatkan aksesibilitas usaha dan membuka peluang pasar bagi UMKM.

Sebagai pelengkap digitalisasi, tim turut mendampingi pembuatan Linktree bagi pelaku usaha. Linktree digunakan untuk mengintegrasikan berbagai media digital yang dimiliki UMKM, seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan tautan Google Maps ke dalam satu alamat yang dapat dibagikan kepada pelanggan. Dengan adanya Linktree, calon konsumen tidak perlu mencari setiap media sosial secara terpisah karena seluruh informasi usaha dapat diakses melalui satu tautan. Meskipun sebagian besar pelaku UMKM sebelumnya telah memiliki akun media sosial pribadi, penggunaan Linktree memberikan kemudahan dalam membangun identitas usaha yang lebih profesional dan mempermudah kegiatan promosi digital.

Selama proses pendampingan, tim KKN menemukan beberapa kendala yang memengaruhi kelancaran pelaksanaan program. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan jaringan internet di beberapa wilayah Desa Bulubrangsi yang menyebabkan proses registrasi dan verifikasi akun membutuhkan waktu lebih lama. Selain itu, sebagian pelaku UMKM belum memiliki akun khusus usaha sehingga informasi usaha masih bercampur dengan aktivitas pribadi. Kendala lainnya adalah kapasitas penyimpanan email beberapa peserta yang telah penuh, sehingga tim perlu membantu membuat akun email baru untuk mendukung proses registrasi QRIS maupun Google Maps. Temuan ini menunjukkan bahwa tantangan digitalisasi UMKM tidak hanya berkaitan dengan infrastruktur jaringan, tetapi juga dengan kesiapan teknis dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola akun digital. Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian (Puspasari, Utami, & Susilawati, 2025) yang menunjukkan bahwa implementasi digitalisasi UMKM membutuhkan pendampingan karena sebagian pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam proses registrasi dan pengelolaan platform digital.

Meskipun menghadapi sejumlah kendala teknis, pelaksanaan program mendapatkan respons positif dari para peserta. Sebelas pelaku UMKM yang mengikuti pendampingan menunjukkan antusiasme selama proses pembuatan QRIS, pendaftaran Google Maps, dan pembuatan Linktree serta menyampaikan apresiasi kepada tim KKN atas bantuan yang diberikan. Respons tersebut menunjukkan bahwa pendampingan secara langsung dapat diterima oleh peserta dan membantu mereka memulai pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Ananda et al., 2025) yang menyatakan bahwa pendampingan secara langsung dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemanfaatan teknologi digital dan mendorong adopsi sistem pembayaran digital serta platform pemasaran berbasis internet.

Sebagai pelengkap digitalisasi, tim turut mendampingi pembuatan Linktree bagi pelaku usaha. Linktree digunakan untuk mengintegrasikan berbagai media digital yang dimiliki UMKM, seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan tautan Google Maps ke dalam satu alamat yang dapat dibagikan kepada pelanggan. Dengan adanya Linktree, calon konsumen tidak perlu mencari setiap media sosial secara terpisah karena seluruh informasi usaha dapat diakses melalui satu tautan. Meskipun sebagian besar pelaku UMKM sebelumnya telah memiliki akun media sosial pribadi, penggunaan Linktree memberikan kemudahan dalam membangun identitas usaha yang lebih profesional dan mempermudah kegiatan promosi digital.

Sebagai pelengkap digitalisasi, tim turut mendampingi pembuatan Linktree bagi pelaku usaha. Linktree digunakan untuk mengintegrasikan berbagai media digital yang dimiliki UMKM, seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan tautan Google Maps ke dalam satu alamat yang dapat dibagikan kepada pelanggan. Dengan adanya Linktree, calon konsumen tidak perlu mencari setiap media sosial secara terpisah karena seluruh informasi usaha dapat diakses melalui satu tautan. Meskipun sebagian besar pelaku UMKM sebelumnya telah memiliki akun media sosial pribadi, penggunaan Linktree memberikan kemudahan dalam membangun identitas usaha yang lebih profesional dan mempermudah kegiatan promosi digital.

Sebagai pelengkap digitalisasi, tim turut mendampingi pembuatan Linktree bagi pelaku usaha. Linktree digunakan untuk mengintegrasikan berbagai media digital yang dimiliki UMKM, seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan tautan Google Maps ke dalam satu alamat yang dapat dibagikan kepada pelanggan. Dengan adanya Linktree, calon konsumen tidak perlu mencari setiap media sosial secara terpisah karena seluruh informasi usaha dapat diakses melalui satu tautan. Meskipun sebagian besar pelaku UMKM sebelumnya telah memiliki akun media sosial pribadi,

penggunaan Linktree memberikan kemudahan dalam membangun identitas usaha yang lebih profesional dan mempermudah kegiatan promosi digital.

Hasil kegiatan di Desa Bulubrangi selanjutnya perlu dilihat berdasarkan perbedaan antara keberhasilan pelaksanaan program dan perubahan kondisi usaha. Keberhasilan pelaksanaan dapat ditinjau dari terselesaikannya proses pembuatan QRIS, pendaftaran lokasi pada Google Maps, dan penyusunan Linktree bagi peserta. Sementara itu, perubahan daya saing membutuhkan informasi tambahan, misalnya mengenai perkembangan jumlah pelanggan, kemudahan konsumen menemukan lokasi usaha, penggunaan pembayaran non-tunai, atau perubahan penjualan setelah program dilaksanakan. Karena indikator tersebut belum disertai data pembandingan dalam hasil kegiatan, dampak langsung terhadap daya saing belum dapat dipastikan. Dengan demikian, hasil program ini dapat dijelaskan sebagai langkah awal untuk membantu pelaku UMKM memiliki sarana digital yang berpotensi mendukung akses konsumen dan pelayanan usaha.

3. Dampak Pendampingan terhadap Digitalisasi dan Daya Saing UMKM

Berdasarkan hasil observasi di Desa Bulubrangi, pendampingan terhadap UMKM terlihat memberikan dampak yang cukup nyata pada proses digitalisasi usaha. Sebelum pendampingan dilakukan, sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara konvensional, baik dalam promosi maupun transaksi, sehingga jangkauan pasar mereka masih terbatas pada lingkungan sekitar. Setelah diberikan pendampingan, para pelaku usaha mulai mengenal dan memanfaatkan QRIS, Google Maps, serta media promosi digital seperti Linktree dan media sosial untuk memperluas akses konsumen. Melalui pendampingan tersebut, UMKM memperoleh pengetahuan dan keterampilan praktis untuk memanfaatkan media digital, seperti WhatsApp Business, media sosial, Google Maps, dan QRIS, dalam kegiatan promosi, pemasaran, serta transaksi non-tunai. Proses ini tidak hanya mendorong efisiensi operasional, tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan memperkuat identitas usaha di mata konsumen. Selain itu, pendampingan ini juga membantu pelaku UMKM memahami pentingnya branding, konten promosi, dan pengelolaan usaha yang lebih profesional, sehingga produk yang dihasilkan lebih mudah dikenal dan memiliki nilai tambah di pasar. Dengan demikian, pendampingan digitalisasi UMKM bukan sekadar kegiatan teknis, melainkan berfungsi sebagai strategi pemberdayaan yang mampu meningkatkan kapasitas adaptif UMKM dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat.

Pendampingan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), selain memberikan dampak langsung pada penggunaan alat digital. Pelaku usaha yang sebelumnya kurang terbiasa menggunakan teknologi digital menjadi lebih percaya diri dalam mengelola promosi, transaksi, dan pencatatan usaha dengan cara yang lebih terstruktur. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan tidak hanya membawa perubahan pada aspek teknis, tetapi juga membentuk kesiapan mental dan adaptasi kemampuan para pelaku UMKM dalam menghadapi perubahan pasar (Siti Aisyah, 2023).

Pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan dapat mempercepat proses adopsi teknologi, karena pelaku usaha menerima arah yang lebih praktis dan sesuai dengan kebutuhan di lapangan. Dalam konteks UMKM, pendekatan seperti ini sangat penting, mengingat banyak pelaku usaha masih menghadapi keterbatasan dalam literasi digital, akses ke perangkat, dan pemahaman tentang strategi pemasaran online. Oleh karena itu, pendampingan berfungsi sebagai jembatan antara pengetahuan digital dan penerapan nyata dalam kegiatan usaha sehari-hari (Morisson & Ahmad Hafidh Saiful Fikri, 2025).

Dari sisi pemasaran, pemanfaatan media sosial, Google Maps, dan Linktree membuka peluang bagi UMKM untuk lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen di luar lingkungan sekitar. Pendampingan yang diarahkan pada praktik langsung, seperti pembuatan konten visual, video pendek tentang proses produksi, dan testimoni pelanggan, terbukti meningkatkan keterlibatan konsumen serta jumlah pengikut pada akun usaha (Putrie et al., 2025). Temuan tersebut sejalan dengan pandangan bahwa pemanfaatan media sosial secara tepat mampu meningkatkan pemasaran produk UMKM (Triayudi & Sahir, 2023). Selain itu, strategi digital yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing usaha cenderung lebih efektif daripada pendekatan yang seragam, sehingga pelaku UMKM perlu didorong untuk menonjolkan kekhasan produk dan identitas lokal yang dimilikinya (Putrie et al., 2025).

Pada aspek transaksi dan pengelolaan keuangan, penggunaan QRIS memperkenalkan pelaku UMKM pada sistem pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan lebih mudah ditelusuri. Pencatatan transaksi secara digital memberikan manfaat lanjutan, karena pelaku usaha dapat memahami arus kas, menentukan harga jual yang kompetitif, dan mengalokasikan anggaran pemasaran secara lebih efektif (Putrie et al., 2025). Dengan kata lain, digitalisasi tidak berhenti pada upaya menjangkau lebih banyak konsumen, tetapi juga menyentuh tata kelola internal usaha yang menjadi landasan bagi pengembangan strategi bisnis yang berkelanjutan.

Meskipun demikian, dampak pendampingan sangat bergantung pada kesinambungannya. Pelatihan singkat tanpa tindak lanjut cenderung menyulitkan pelaku UMKM dalam menerapkan materi di lapangan, sedangkan pendampingan yang dilakukan secara berkala membantu memastikan bahwa materi benar-benar dipraktikkan dalam kegiatan usaha sehari-hari (Putrie et al., 2025). Pelatihan dan pendampingan digital marketing juga dilaporkan berkontribusi pada peningkatan omzet pelaku UMKM (Atina et al., 2022). Namun, keterbatasan waktu pendampingan masih menjadi kendala karena sebagian pelaku usaha membutuhkan waktu lebih lama untuk mencapai hasil yang optimal, sehingga durasi pendampingan yang lebih panjang perlu dipertimbangkan pada program berikutnya (Putrie et al., 2025).

Peran strategis UMKM memperkuat urgensi pendampingan tersebut. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM yang dikutip Putrie et al. (2025), sektor ini menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia, tetapi masih menghadapi hambatan berupa keterbatasan akses pasar dan minimnya pemahaman terhadap teknologi digital. Pemanfaatan pemasaran digital pun dipandang sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM (Kamil et al., 2022). Oleh karena itu, pendampingan digitalisasi yang berkelanjutan, praktis, dan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha perlu terus dikembangkan agar UMKM tidak hanya mampu beradaptasi dengan teknologi, tetapi juga memiliki daya saing yang kuat.

4. Evaluasi Program Pendampingan dan Implikasinya bagi Pengembangan UMKM

Evaluasi program pendampingan dilakukan untuk mengetahui tingkat keterlaksanaan kegiatan SMART UMKM serta manfaat yang dirasakan oleh pelaku usaha setelah mengikuti program digitalisasi UMKM. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi selama pelaksanaan kegiatan, program yang meliputi pendampingan pembuatan QRIS melalui GoPay, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pembuatan *Linktree*, serta penyediaan banner usaha sesuai dengan kebutuhan masing-masing pelaku UMKM. Meskipun dalam proses pelaksanaan ditemukan beberapa kendala, seperti keterbatasan jaringan internet, kapasitas penyimpanan email yang penuh, dan rendahnya literasi digital sebagian pelaku usaha, seluruh kendala tersebut dapat diatasi melalui pendampingan secara langsung oleh mahasiswa KKN 77 UIN Sunan Ampel. Pendekatan pendampingan yang dilakukan secara partisipatif mampu membantu pelaku UMKM mengadopsi teknologi digital sesuai dengan kemampuan dan kondisi usahanya {Formatting Citation}.

Hasil evaluasi pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha. Sebelum pendampingan, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan transaksi tunai serta promosi dari mulut ke mulut atau melalui akun media sosial pribadi. Setelah memperoleh pendampingan, pelaku UMKM mulai memahami manfaat penggunaan QRIS sebagai alternatif pembayaran nontunai, Google Maps sebagai media untuk meningkatkan visibilitas lokasi usaha, serta *Linktree* sebagai sarana mengintegrasikan berbagai media komunikasi usaha dalam satu tautan. Perubahan tersebut menunjukkan adanya peningkatan literasi digital yang menjadi modal awal bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya di era ekonomi digital (Ulla et al., 2025).

Ditinjau berdasarkan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD), pelaksanaan program SMART UMKM telah mencerminkan prinsip pemberdayaan berbasis aset. Diawali dengan identifikasi aset yang dimiliki masyarakat, yaitu keberadaan UMKM aktif, keterampilan pelaku usaha, serta dukungan pemerintah desa. Selanjutnya, aset tersebut dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi digital tanpa mengubah karakteristik usaha yang telah dijalankan masyarakat. Mahasiswa KKN 77 UIN Sunan Ampel berperan sebagai fasilitator yang mendampingi proses digitalisasi, sedangkan pelaku UMKM menjadi subjek utama yang terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *Half Full*

Half Empty dan *Nobody Has Nothing*, yang menekankan bahwa setiap masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan apabila memperoleh pendampingan yang tepat {Formatting Citation}.

Selain itu, keterlibatan pemerintah desa, Ketua UMKM, dan pelaku usaha selama pelaksanaan program menunjukkan penerapan prinsip *Participation* dan *Partnership* dalam metode ABCD. Partisipasi aktif masyarakat dalam proses identifikasi kebutuhan, pelaksanaan pendampingan, hingga penerapan hasil program menunjukkan bahwa keberhasilan kegiatan tidak hanya ditentukan oleh mahasiswa KKN, tetapi juga oleh kolaborasi seluruh pemangku kepentingan. Di sisi lain, adanya beberapa pelaku UMKM yang sebelumnya telah memanfaatkan media digital juga menjadi contoh penerapan prinsip *Positive Deviance*, yaitu memanfaatkan praktik baik yang telah berkembang di masyarakat sebagai sumber pembelajaran bagi pelaku usaha lainnya.

Implikasi program SMART UMKM terhadap pengembangan UMKM di Desa Bulubrangsi terlihat dari meningkatnya kesiapan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usahanya. Keberadaan QRIS memberikan kemudahan dalam proses transaksi nontunai, sedangkan Google Maps dan *Linktree* membantu meningkatkan aksesibilitas informasi usaha serta memperluas peluang pemasaran. Selain itu, banner usaha yang disediakan juga memperkuat identitas dan citra usaha sehingga lebih mudah dikenali oleh konsumen. Meskipun dampak terhadap peningkatan omzet belum dapat diukur dalam waktu yang relatif singkat, program ini telah memberikan fondasi awal bagi transformasi digital UMKM yang berpotensi meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan (Sjarief et al., 2025).

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa program pendampingan SMART UMKM telah memberikan manfaat nyata bagi pelaku usaha di Desa Bulubrangsi. Namun, keberlanjutan program tetap memerlukan dukungan dari pemerintah desa, pengurus UMKM, dan berbagai pemangku kepentingan melalui pendampingan lanjutan, peningkatan literasi digital, serta monitoring terhadap pemanfaatan layanan digital yang telah diterapkan. Dengan demikian, hasil program tidak hanya berhenti pada pembuatan akun atau media digital, tetapi dapat terus dimanfaatkan sebagai strategi pengembangan UMKM yang mandiri, adaptif, dan berkelanjutan (Puspasari et al., 2025).

Tabel X. Matriks Profil UMKM Dampingan Program SMART UMKM Desa Bulubrangsi

No.	Nama Usaha	Jenis Produk	Status Sebelum Pendampingan	Luaran Fisik/Digital yang Dihasilkan
1	Talitha Chips	Keripik pisang, tempe, dan kerupuk	Pemasaran masih perlu dikembangkan melalui media digital	QRIS, Google Maps, dan desain banner promosi
2	Kedai Salwa	Cilok, siomay, pentol, dan aneka minuman	Promosi dan sistem pembayaran digital perlu dikembangkan	QRIS dan Google Maps
3	Nayla Cake	Aneka kue	Informasi usaha dan jangkauan pemasaran digital perlu ditingkatkan	Google Maps dan desain banner promosi
4	Pempek Al-Amin	Pempek	Identitas usaha dan kemudahan pembayaran perlu ditingkatkan	QRIS dan desain banner promosi
5	Cripsus Zafwan	Keripik usus	Pemasaran produk melalui media digital perlu dikembangkan	QRIS dan Linktree
6	Dapur Aclah	Kue basah dan kerupuk	Promosi produk dan akses informasi usaha perlu ditingkatkan	Google Maps dan desain banner promosi
7	Pentol ITS	Sayur tewel, peyek, dan pentol	Sistem pembayaran dan promosi digital perlu dikembangkan	QRIS dan Google Maps
8	Seblak Mama Umi	Seblak, cilok, dan minuman es kekinian	Pemasaran digital dan informasi lokasi usaha perlu ditingkatkan	QRIS, Google Maps, dan Linktree
9	Kedai Bu Wiwin	Batagor, siomay, cireng, dan corn dog	Identitas usaha dan promosi produk perlu dikembangkan	QRIS dan desain banner promosi

10	Snack Hibrah	Keripik, keripik jagung, rice chip, dan cake	Akses informasi produk dan pemasaran digital perlu ditingkatkan	QRIS dan Linktree
11	Mumtaz Bakery & Cake	Aneka roti dan kue	Promosi dan jangkauan pemasaran digital perlu dikembangkan	Google Maps dan desain banner promosi

KESIMPULAN

Program pendampingan digitalisasi UMKM melalui SMART UMKM di Desa Bulubrangsi berhasil meningkatkan kesiapan para pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperkuat daya saing mereka. Pendampingan ini meliputi pembuatan QRIS, pendaftaran lokasi usaha di *Google Maps*, dan pembuatan *Linktree*, yang membantu pelaku UMKM dalam membangun identitas digital, mempermudah transaksi non-tunai, serta meningkatkan aksesibilitas dan promosi usaha mereka. Meskipun pelaksanaan program masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan jaringan internet dan rendahnya literasi digital di kalangan sebagian pelaku usaha, pendekatan partisipatif berbasis *Asset Based Community Development* (ABCD) terbukti efektif dalam mendorong adopsi teknologi sesuai dengan kebutuhan dan potensi masyarakat setempat. Program ini tidak hanya meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital para pelaku UMKM, tetapi juga memberikan landasan awal untuk transformasi usaha yang lebih adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital. Oleh karena itu, program ini perlu didukung melalui pendampingan lanjutan, peningkatan kapasitas literasi digital, serta kolaborasi antara pemerintah desa, perguruan tinggi, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, manfaat digitalisasi dapat terus berkembang dan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya saing serta keberlangsungan UMKM di Desa Bulubrangsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, F. (2025). Penerapan Sistem Pembayaran QRIS dan Pendaftaran Google Maps sebagai Upaya Meningkatkan Akses dan Daya Saing UMKM di Kelurahan Harjosari. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1-14.
- Anderson, M., & Tushman, M. L. (2021). *Digital Transformation at Scale*. McGraw-Hill.
- Atina, V. Z., Setiawan, F., Mahmudi, A. Y., Shevalinzi, W. B. A., & Nurdin, A. (2022). Pelatihan dan pendampingan digital marketing pada UMKM sebagai upaya peningkatan omset. *Abdi Masya*, 1(4), 164–171. <https://doi.org/10.52561/abma.v1i4.161>
- Centre, I. T. (2021). *SME Competitiveness Outlook 2021: Empowering the Green Recovery*. GENEVE.
- Fathoni, M. I., & Khoiriyah, S. (2023). Pemanfaatan Media Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Desa Prayungan dengan Metode ABCD (*Asset Based Community Development*). *Jurnal SOLMA*, 1237–1246.
- Fathoni, M. I. A., & Khoiriyah, S. (2023). Pemanfaatan media digital dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah Desa Prayungan dengan metode ABCD (*Asset Based Community Development*). *Jurnal SOLMA*, 12(3), 1237–1246. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.12846>
- Indonesia, B. (2019). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*. Jakarta.
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui pemanfaatan digital marketing pada platform e-commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526.
- Morisson, B. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-BISNIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 289-299.
- Nikmah, Z. (2025). Implementasi QRIS dan Pendaftaran Lokasi Google Maps untuk Mendukung Digitalisasi Transaksi UMKM Warung Alfariqzi. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA*, 244-249.
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. PARIS.
- Puspasari, D., Utami, I. P., Susilawati, N., Wulansari, N. M., & Semita, N. L. (2025). Pemanfaatan Google Maps dan QRIS sebagai strategi digitalisasi UMKM di Desa Neglasari. *Jannah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 293-302.
- Putrie, R. A., Nainggolan, H., & Mardhotillah, B. (2025). Pendampingan manajemen UMKM melalui digital marketing untuk meningkatkan daya saing kualitas produk. *Community Development Journal*, 6(2), 2235–2241.

- Salahuddin, N. (2015). *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya (Asset Based Community Development)*. LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sjarief, H., Amaliyah, D., Putri, A. A., Mumtazia, K. Q., Asri, S. S. A., Fanani, S. A., Nancy, A., Br, T. F. Y., Mustika, D. G. C., & Novia, C. C. (2025). Pengembangan: Pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Domas dengan aplikasi Google Maps. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 354–360. <https://doi.org/10.66084/mpkm.v2i01.356>
- Surabaya, T. K. (2026). *Laporan Pendampingan Digitalisasi UMKM di Desa Bulubrangsi*. SURABAYA.
- Tim KKN UIN Sunan Ampel Surabaya. (2026). *Buku KKN Desa Bulubrangsi*. Lamongan.
- Triayudi, A., & Sahir, S. H. (2023). Pengaruh strategi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM Sekar Handycraft. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 137–141.
- Ulla, M. K., Azizun, S. T., Virda, S. A., Rizka, N., & Chamid, A. A. (2025). Digitalisasi UMKM dengan optimalisasi Google Maps dan QRIS di Kelurahan Sunggingan. *Sandimas*, 3, 292–297.
- Vial, G. (2019). Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 118-144.
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. L. (1993). Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets. Center for Urban Affairs and Policy Research, Northwestern University.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing.