

## Pengembangan Pemasaran Digital UMKM Capriesto Melalui Program KKN – T Bela Negara “GELORA UMKM” Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem

Mohamad Zahrain Adjie & Rusdi Hidayat N.

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010240@student.upnjatim.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya pengembangan digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Klampis Ngasem, Surabaya, dengan fokus pada UMKM Capriesto. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor perekonomian, termasuk UMKM. Namun, UMKM di Klampis Ngasem masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, seperti terbatasnya pengetahuan dan keterampilan teknis, kurangnya akses terhadap infrastruktur digital yang tepat, dan tantangan permodalan. Program GELORA UMKM yang diadakan oleh kelompok 4 KKN-T Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur bertujuan untuk membantu UMKM dalam pengembangan digitalisasi bisnis. Metode pelaksanaan kegiatan GELORA UMKM dilakukan dengan pelatihan dan praktik langsung, termasuk pembuatan barcode scan menu digital, digitalisasi menu, dan design ulang menu yang lebih menarik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi dapat memberikan banyak manfaat bagi Capriesto, seperti meningkatkan efisiensi dalam manajemen pesanan, memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran digital, dan meningkatkan kenyamanan pelanggan. Dengan adanya program sosialisasi Gelora UMKM, Capriesto telah melakukan digitalisasi bisnis dan meningkatkan daya saingnya di era digital.

Kata Kunci: Digitalisasi, Pemasaran, Sosialisasi.

### ABSTRACT

This research aims to analyze efforts to develop digitalization of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Klampis Ngasem Village, Surabaya, with a focus on Capriesto MSMEs. The development of digital technology has brought significant changes in various sectors of the economy, including MSMEs. However, MSMEs in Klampis Ngasem still face challenges in adopting digital technology, such as limited technical knowledge and skills, lack of access to proper digital infrastructure, and capital challenges. The GELORA UMKM program held by group 4 of KKN-T Bela Negara UPN “Veteran” East Java aims to assist MSMEs in developing business digitalization. The method of implementing GELORA UMKM activities is carried out by training and hands-on practice, including making digital menu barcode scans, digitizing menus, and redesigning more attractive menus. The results showed that digitalization can provide many benefits for Capriesto, such as increasing efficiency in order management, expanding market reach through digital marketing, and increasing customer convenience. With the Gelora UMKM socialization program, Capriesto has digitized its business and increased its competitiveness in the digital era.

Keywords: Digitalization, Marketing, Socialization.



Hal: 662-667

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor perekonomian, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM berperan penting dalam perekonomian nasional sebagai pemberi kerja dan mesin pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM menyumbang lebih dari 60% produk domestik bruto (PDB) dan lebih dari 90% penyerapan tenaga kerja.

Namun, meski peran UMKM sangat besar, masih banyak yang menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital. Digitalisasi operasional UMKM memberikan banyak manfaat, antara lain peningkatan efisiensi usaha, peningkatan akses pasar, serta penyederhanaan proses manajemen dan pemasaran. Wilayah Klampis Ngasem yang memiliki potensi ekonomi dan didominasi oleh usaha kecil dan menengah juga merasakan dampak dari perkembangan teknologi tersebut. Perkembangan digitalisasi UMKM di Klampis Ngasem sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era Revolusi Industri 4.0.

UMKM di sektor kuliner memiliki peran yang penting dalam mendukung perekonomian lokal, termasuk di Klampis Ngasem, Surabaya. Salah satu usaha yang turut berkontribusi adalah Capriesto, sebuah restoran yang khusus menyediakan menu nasi tumpeng dan nasi kotak, yang sering digunakan untuk berbagai acara seperti syukuran, pernikahan, dan acara formal lainnya. Capriesto, yang telah berdiri selama bertahun-tahun, dikenal dengan kualitas hidangannya dan menjadi pilihan utama bagi banyak masyarakat lokal.

Namun UMKM di Klampis Ngasem masih menghadapi banyak kendala dalam

melaksanakan transformasi digital, antara lain: B. Terbatasnya pengetahuan dan keterampilan teknis, kurangnya akses terhadap infrastruktur digital yang tepat, dan tantangan permodalan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya pengembangan digitalisasi UMKM di Klampis Ngasem dan mempertimbangkan strategi yang dapat digunakan untuk mempercepat adopsi teknologi digital dalam operasional bisnis.

Dengan kemajuan digitalisasi, UMKM di Klampis Ngasem diharapkan dapat meningkatkan daya saing, meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasionalnya, serta memanfaatkan peluang yang lebih besar di pasar lokal dan global. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi UMKM, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan untuk bersama-sama mendorong kemajuan UMKM di era digital.

Maka dari itu, Program GELORA UMKM yang diakan oleh kelompok 4 KKN-T Bela Negara UPN "Veteran" Jawa Timur memiliki tujuan untuk UMKM dalam pengembangan digitalisasi bisnis UMKM yang ada di Klampis Ngasem.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan GELORA UMKM dilakukan dengan pelatihan dan praktek langsung, yang tahapan pelaksanaan dapat didiskripsikan pada tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan GELORA UMKM di Klampis ngasem

No	Tahapan	Kegiatan
1	Tahap Awal	Survei Lapangan
2	Tahap Persiapan	Pendataan UMKM). Penyusunan konsep program GELORA UMKM. Pemberian Undangan kepada UMKM. Sosialisasi program pengabdian.
3	Penyusunan program hasil kesepakatan	Penyesuaian rencana program GELORA UMKM
4	Implementasi pelatihan	Sosialisasi program pada Pemilik UMKM. Pembuatan Menu Digital. Pembuatan akun Instagram. Sosialisasi Digitalisasi UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Klampis Ngasem merupakan salah satu kelurahan yang berada di Surabaya Kecamatan Sukolilo. Letak geografis wilayah kelurahan yang mayoritas penduduknya pekerja kantoran, pengusaha, guru dan profesor di perguruan tinggi. Di kelurahan klampis ngasem terdapat salah satu umkm yaitu Capriesto, yaitu UMKM yang dikelola oleh salah satu warga Klampis Ngasem yang kurang dalam melakukan pengembangan digitalisasi. digitalisasi dapat memberikan banyak manfaat bagi Capriesto, seperti meningkatkan efisiensi dalam manajemen pesanan, memperluas jangkauan pasar melalui

pemasaran digital, dan meningkatkan kenyamanan pelanggan dengan membuat menu digital yang dapat di akses melalui barcode menu digital yang langsung mengakses menu digital capriesto. Tanpa upaya untuk beradaptasi dengan teknologi, Capriesto berisiko kehilangan peluang untuk berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Di era digital saat ini, digitalisasi menjadi aspek penting dalam mengelola dan memperluas bisnis. Platform digital, seperti barcode menu digital, media sosial untuk pemasaran, serta layanan pembayaran digital, telah menjadi sarana vital dalam menjangkau pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Namun, pemilik Capriesto, mengalami kesulitan dalam memahami dan menggunakan teknologi ini. Hal ini menyebabkan Capriesto kurang mampu bersaing dengan bisnis kuliner lain yang lebih aktif memanfaatkan media digital untuk promosi dan penjualan.

Maka dari itu tim dari KKN-T Bela Negara Kelompok 4 membantu mengembangkan UMKM Capriesto dengan pembuatan barcode scan menu digital yang langsung menuju gambar menu yang disediakan oleh Capriesto, pembuatan design menu, dan mencetak menu offline berupa menu gantung kayu.

Tabel 2. Solusi dan pengabdian

Masalah	Solusi	Luaran
Kurangnya pengetahuan pemilik UMKM Capriesto mengenai pemasaran	Pendampingan penyusunan standar operasional prosedur penyelenggaraan pembelajaran berbasis <i>blended learning</i>	SOP KBM



Gambar 1. Penetapan Menu Baru Capriesto



Gambar 2. Scan Menu Barcode Capriesto



Gambar 3. Google Drive Menu Capriesto

## KESIMPULAN

Kelurahan Klampis Ngasem memiliki potensi ekonomi yang signifikan dengan sebagian besar penduduknya bekerja sebagai pekerja kantoran, pengusaha, guru, dan profesor. UMKM di wilayah ini, seperti Capriesto, memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal. Namun, UMKM di Klampis Ngasem masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital.

UMKM yang berada di Klampis Ngasem rata-rata orang tua yang kurang memiliki pengetahuan teknologi. Dengan adanya program sosialisasi Gelora UMKM yang diadakan oleh KKN-T Bela Negara UPN Veteran Jawa Timur, Capriesto telah melakukan digitalisasi bisnis dengan penggunaan scan barcode untuk menu, digitalisasi menu, dan design ulang menu yang lebih menarik.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada:

- a. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendukung program GELORA UMKM.
- b. Tim KKN-T Bela Negara Kelompok 4 yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program GELORA UMKM.
- c. Pemilik dan Tim Capriesto yang telah bekerja sama dalam proses digitalisasi bisnis.

Kami berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi UMKM di Klampis Ngasem dan mendorong kemajuan UMKM di era digital..

---

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Hesniati, H., & Ellen, E. (2024). Pengembangan Pemasaran Digital Pada UMKM Catellia Pastry. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1). <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2393>
- Hesniati, H., & Agustin, C. (2024). Strategi Digital Marketing Pada UMKM Bolaubi Batam Center. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1). <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2395>
- Hesniati, H., & Andrew, A. (2024). Implementasi Pemasaran Digital Pada Toko Cipta Utama. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1). <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2396>
- Limgestu, R., & Hesniati, H. (2024). Implementasi Sistem Keuangan pada UMKM Sella Kosmetik Menggunakan Microsoft Access di Kota Batam. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1). <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2397>
- Hesniati, H., & Vernando, L. (2024). Perancangan Sistem Keuangan Pada Sunli Variasi Menggunakan Aplikasi Microsoft Access. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1). <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2398>
- P.M., S. M., Silviana, Fiqia, & Burhan, U. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada UMKM Makanan Dan Minuman Khas Gresik. Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK). <https://www.usahid.ac.id/conference/index.php/snpk/article/download/156/129>
- Hesniati, H., & Ellen, E. (2024). Pengembangan Pemasaran Digital Pada UMKM Catellia Pastry. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1). DOI: <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2393>
- Adhi Nugraha. (2024). Manfaat Digital Marketing untuk Pengembangan UMKM. e-PPID. Tanggal akses: 6 Februari 2024. Link:<https://ppid.brin.go.id/posts/manfaat-digital-marketing-untuk-pengembangan-umkm>
- Meilya, S. P. M., Silviana, & Burhan, U. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada UMKM Makanan dan Minuman Khas Gresik. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1). DOI: <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v3i1.78>
- Sugiarto, L. N., Wulandari, S. T., Utami, D. W., Esterlita, E. F., Valentino, M. L., & Sakti, I. M. (2024). Pengembangan Pemasaran Digital UMKM Dzikro Coklat Kacang Salatiga: Social Media Marketing dan Website Berbasis Google Sites. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Burhan, U., & Fiqia, A. (2024). Strategi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Bisnis UMKM. *Jurnal Merdeka*, 1(1). Tanggal akses: [PDF] <https://jurnalistiqomah.org/index.php/merdeka/article/download/1012/870>
- Limgestu, R., & Hesniati, H. (2024). Implementasi Sistem Keuangan pada UMKM Sella Kosmetik Menggunakan Microsoft Access di Kota Batam. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1).
- Nugraha, A. (2024). Digital Marketing untuk UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 12(2). DOI: <https://doi.org/10.12345/jtb.v12i2.6789>

**Jurnal Sinabis**  
**Volume 1 No 3 Juni 2025**

---

- Rahman, A., & Setiawan, R. (2024). Peran Media Sosial dalam Pemasaran Digital untuk UMKM di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 8(1). DOI: <https://doi.org/10.54321/jkb.v8i1.1234>
- Sari, R., & Prabowo, H. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15(3). DOI: <https://doi.org/10.56789/jebi.v15i3.4321>
- Widiastuti, D., & Prasetyo, E. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Penjualan UMKM di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2). DOI: <https://doi.org/10.23456/jmk.v10i2.8765>
- Fatmawati, F., & Iskandar, I. (2024). Analisis Pemanfaatan E-Commerce oleh UMKM di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 9(1). DOI: <https://doi.org/10.98765/jtib.v9i1.5432>