

---

## Peran Pendampingan Dalam Akselerasi Transformasi Digital UMKM di Desa Sumogawe

**Dea Aulia Rahmi<sup>1</sup>, Sri Mulyani Oktaviana Alifah<sup>2</sup>, Qonita Sanal Barqiy Anafa Albab<sup>3\*</sup>, Panca Reza Fauzi<sup>4</sup>, Maulana Wahid Apriansah<sup>5</sup>, Ahmad Zubaeri<sup>6</sup>**

<sup>1, 4</sup> Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang

<sup>2, 3</sup> Fakultas Psikologi dan Kesehatan, UIN Walisongo Semarang

<sup>5</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Walisongo Semarang

<sup>6</sup> Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Walisongo Semarang

\*Email: [2207016144@student.walisongo.ac.id](mailto:2207016144@student.walisongo.ac.id)

---

### **ABSTRACT**

*The MIT 20 Posko 47 UIN Walisongo Community Service Program (KKN) aims to support the acceleration of digital transformation of MSMEs in Sumogawe Village, known as "Kampung Susu" (Milk Village) with great creative economic potential. Through a qualitative case study approach, this research analyzes the role of students as facilitators, educators, and motivators in assisting MSME actors. Data collection methods included in-depth interviews, participatory observation, and documentation studies, with data analysis following the Miles and Huberman model. The results showed that student assistance successfully increased the digital visibility of MSMEs through the implementation of Google My Business (GMB) and QRIS, strengthened business branding with Metromedia Technologies (MMT), and improved the digital literacy of business actors. Support from village officials and the enthusiasm of MSMEs were key contributing factors, although challenges such as time constraints, disparities in digital literacy, and uneven internet infrastructure still hindered the optimization of the program. This program contributed significantly to improving the competitiveness of MSMEs in the creative economy era and supported the achievement of sustainable development goals (SDGs).*

**Keywords:** Digital Transformation, MSMEs, Student Mentoring, Google My Business, Digital Literacy, Sumogawe Village.

### **ABSTRAK**

*Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) MIT 20 Posko 47 UIN Walisongo bertujuan untuk mendukung akselerasi transformasi digital UMKM di Desa Sumogawe, yang dikenal sebagai "Kampung Susu" dengan potensi ekonomi kreatif yang besar. Melalui pendekatan kualitatif studi kasus, penelitian ini menganalisis peran mahasiswa sebagai fasilitator, edukator, dan motivator dalam mendampingi pelaku UMKM. Metode pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi, dengan analisis data mengikuti model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendampingan mahasiswa berhasil meningkatkan visibilitas digital UMKM melalui implementasi Google My Business (GMB) dan QRIS, memperkuat branding usaha dengan Metromedia Technologies (MMT), serta meningkatkan literasi digital pelaku usaha. Dukungan dari perangkat desa dan antusiasme UMKM menjadi faktor pendukung utama, meskipun tantangan seperti keterbatasan waktu, disparitas literasi digital, dan infrastruktur internet yang tidak merata masih menghambat optimalisasi program. Program ini berkontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM di era ekonomi kreatif dan mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs).*

**Kata Kunci:** Transformasi Digital, UMKM, Pendampingan Mahasiswa, Google My Business, Literasi Digital, Desa Sumogawe.

---

## PENDAHULUAN

Desa Sumogawe merupakan salah satu desa yang memiliki potensi sangat besar dan beragam, terutama dalam bidang peternakan sapi perah sebagai produsen susu terbesar di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. Setiap hari, desa ini mampu menghasilkan sekitar 60.000 liter susu yang kemudian diolah menjadi berbagai produk seperti sabun susu, permen, stik susu, dan lain-lain oleh lebih dari 82 kelompok UMKM setempat (Alaina, 2023). Produk-produk olahan susu tersebut awalnya diproduksi secara rumahan oleh warga dan biasanya dipamerkan di balai desa saat ada kunjungan wisatawan atau melalui rumah warga yang memiliki usaha olahan susu. Selain produk olahan susu, Desa Sumogawe juga memiliki potensi pertanian yang meliputi jahe, jagung, singkong, cabai, tembakau, dan sayuran. Selain hasil pertanian dan susu perah, desa ini juga berkembang sebagai desa wisata dengan berbagai daya tarik, seperti wisata edukasi pengolahan susu, wisata berkebun, wisata petik buah, serta kesenian tradisional.

Menurut Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, Desa Wisata yang diresmikan sejak 2017 tersebut awalnya hanya mengandalkan produk olahan makanan berbahan baku susu sapi. Namun, setelah menerima bantuan dana sebesar Rp 1 miliar dari Pemerintah Provinsi, Desa Wisata Kampung Susu kini telah dilengkapi dengan fasilitas *rest area* dan dua mobil *shuttle* untuk mendukung aktivitas wisata (jatengprov.go.id, 2022).

Meskipun memiliki potensi besar, UMKM di Desa Sumogawe menghadapi berbagai tantangan klasik yang menghambat pengembangan usaha, seperti kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola akun media sosial bisnis (Instagram, Facebook, TikTok), belum adanya identitas digital usaha seperti logo, desain konten, dan narasi produk yang menarik, belum optimalnya pemanfaatan platform digital seperti *Metromedia Technologies* (MMT) untuk media promosi, ketergantungan pada pemasaran tradisional, keterbatasan akses teknologi dan pelatihan digital marketing, serta pengemasan produk yang belum optimal untuk mendukung pemasaran digital. Ukrowiyah (2021) dalam Hasanah et al., (2025) menegaskan bahwa strategi digital marketing merupakan katalis bagi peningkatan daya saing UMKM. Sejalan dengan itu, Syaiful (2025) menyatakan bahwa optimalisasi peran mahasiswa dalam pemberdayaan UMKM berkontribusi langsung pada pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya melalui transformasi digital yang inklusif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pengabdian ini dirancang sebagai intervensi yang komprehensif. Oleh karena itu, artikel ini membahas peran pendampingan mahasiswa KKN sebagai edukator, fasilitator, dan motivator dalam akselerasi transformasi digital UMKM di Desa Sumogawe. Pendekatan multidimensi ini diharapkan tidak hanya mampu menjembatani kesenjangan digital, tetapi juga memantik perubahan mindset dan membangun kemandirian UMKM untuk tumbuh berkelanjutan di era digital.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus, karena mampu memberikan pemahaman mendalam dan kontekstual terhadap fenomena pendampingan UMKM di Desa Sumogawe. Menurut Mulyana (2008), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode ilmiah untuk mengungkap suatu fenomena melalui pendeskripsian data dan fakta dalam bentuk kata-kata secara mendalam dan menyeluruh terhadap subjek penelitian (Fiantika et al., 2022). Sedangkan studi kasus menurut Creswell, J. W. (1998) dalam Assyakurrohim et al., (2022) menyatakan bahwa studi kasus melibatkan penggalian terhadap fenomena spesifik (kasus) dalam suatu konteks waktu dan kegiatan tertentu, seperti program, peristiwa, proses, institusi, atau kelompok sosial.

Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena secara mendalam, kontekstual, dan menyeluruh terkait proses akselerasi transformasi digital pada sektor UMKM. Studi kasus memungkinkan peneliti mengeksplorasi berbagai tahapan kegiatan pendampingan, mulai dari kunjungan awal, pengembangan UMKM melalui penerapan *Google My Business* (GMB) dan *Metromedia Technologies* (MMT), hingga pelaksanaan seminar UMKM.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, perangkat desa, dan peserta seminar UMKM bertema “Transformasi UMKM: Strategi Digital dan Manajemen Bisnis untuk Era Ekonomi Kreatif”. Observasi partisipatif juga dilakukan untuk memantau proses pendampingan meliputi registrasi *Google My Business* (GMB), pembuatan QRIS, dan pemberian *Metromedia Technologies* (MMT). Data sekunder mencakup profil Desa Sumogawe yang memuat potensi UMKM (produk olahan susu, hasil pertanian, dan pariwisata), serta materi pelatihan seminar yang digunakan sebagai media edukasi *digital marketing* dan manajemen bisnis.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono, yang melibatkan aktivitas-aktivitas seperti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2010). Pada tahap reduksi data, peneliti melakukan pemilahan dan penyaringan terhadap data yang diperoleh dari observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi kegiatan pendampingan UMKM, khususnya terkait penggunaan *Google My Business* (GMB), penerapan QRIS, serta pengembangan *branding* usaha melalui *Metromedia Technologies* (MMT) dan Seminar UMKM.

Data yang relevan kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang memuat perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan, seperti jumlah UMKM yang berhasil terdaftar di Google Maps atau tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap penggunaan QRIS. Selanjutnya, pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti melakukan interpretasi hasil dengan mengaitkan temuan lapangan terhadap tujuan program, sehingga dapat diketahui efektivitas intervensi yang diberikan dalam meningkatkan visibilitas usaha dan kesiapan digital UMKM di Desa Sumogawe. Teknik analisis ini dipilih karena mampu memberikan gambaran mendalam sekaligus kuantifikasi sederhana terhadap dampak pendampingan yang dilakukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Program Pengabdian**

Program pengabdian di Desa Sumogawe dirancang secara sistematis dan bertahap untuk memastikan efektivitas dalam proses akselerasi transformasi digital. Program ini terbagi menjadi tiga fase yaitu:

#### **1. Kunjungan UMKM**

Pada fase awal pendampingan, tim melakukan kunjungan langsung ke pelaku UMKM di Desa Sumogawe dengan tujuan utama untuk memetakan kebutuhan dan tingkat pemahaman digital para pelaku usaha. Kunjungan ini berfungsi sebagai langkah awal dalam membangun hubungan yang kuat dan kepercayaan (*trust*) antara mahasiswa dan pelaku UMKM, yang merupakan fondasi penting dalam keberhasilan program transformasi digital.

Tim melakukan kunjungan ke berbagai lokasi UMKM di Desa Sumogawe, antara lain: lokasi perah susu Pak Kasmani di Dusun Kembang; pembuatan sate tembakau Bu Natirah di Dusun Kembang; pengolahan singkong keju Pak Mur di Dusun Mujo; produksi susu segar Pak Si di Dusun Sumogawe; pembuatan fresh yoghurt Pak Mul di Dusun Kembang; usaha Sunny Cake and Cookies milik Ibu Sulis dan Pak Benny di Dusun Kenteng; budidaya jamur tiram Mas Eko di Dusun Tambangan; serta Yayasan Balai Karya Berkah yang dikelola oleh Ibu Yeanny, yang membina kegiatan membatik bersama difabel di Dusun Kenteng.

Pendekatan yang dilakukan bersifat partisipasi dan komunikatif, di mana mahasiswa tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga mendengarkan secara aktif kendala dan harapan pelaku UMKM terkait digitalisasi usaha mereka. Hal ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan oleh Zimmerman (2000), yang menekankan pentingnya keterlibatan langsung masyarakat dalam proses perubahan (Sururi et al., 2022). Melalui kunjungan ini, mahasiswa dapat mengidentifikasi tingkat literasi digital UMKM, mulai dari yang sudah menggunakan teknologi digital secara terbatas hingga yang belum mengenal sama sekali.

Selain itu, kunjungan ini juga berfungsi untuk membangun kepercayaan yang menjadi modal sosial penting dalam proses adopsi teknologi baru. Menurut Putnam (1993) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi memiliki hubungan yang erat dengan keberadaan modal sosial dalam masyarakat. Putnam (1995) mendefinisikan modal sosial sebagai "*features of social organization such as networks, norms, and social trust that facilitate coordination and cooperation for mutual benefit*" (Johar, 2014). Modal sosial ini berperan sebagai perekat antar individu melalui norma, kepercayaan, dan jaringan kerja yang memungkinkan terjadinya kolaborasi yang saling menguntungkan untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks pendampingan UMKM di Desa Sumogawe, pembangunan kepercayaan dan jaringan kerja antara mahasiswa dan pelaku UMKM menjadi modal sosial yang krusial untuk mempercepat adopsi digitalisasi dan keberhasilan transformasi usaha.

Dengan demikian, fase identifikasi dan pendekatan ini menjadi landasan strategis untuk merancang intervensi yang tepat sasaran dan efektif dalam akselerasi transformasi digital UMKM di Desa Sumogawe.

#### **2. Pengembangan UMKM**

Pada fase kedua, tim pengabdian melakukan intervensi teknis langsung untuk mendukung transformasi digital UMKM di Desa Sumogawe. Nurrohmah (2015) menjelaskan bahwa

perkembangan usaha merupakan suatu proses di mana sebuah usaha berupaya untuk meningkatkan kualitas dan kapasitasnya agar dapat tumbuh secara signifikan dan mencapai keberhasilan yang lebih tinggi (Fatmawati & Burhanudin, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa usaha yang sudah berjalan memiliki peluang untuk berkembang dan maju ke tahap yang lebih baik. Salah satu aktivitas utama adalah membantu pelaku UMKM dalam mengimplementasikan *Google My Business* (GMB) dan pemberian *Metromedia Technologies* (MMT).

- **Implementasi *Google My Business* (GMB)**

*Google My Business* (GMB) adalah platform bisnis online yang disediakan oleh Google secara gratis, memungkinkan organisasi atau perusahaan mempromosikan tempat bisnis, brand, atau produk mereka dengan mudah dan cepat. Dengan GMB, informasi bisnis dapat diakses oleh masyarakat luas secara nasional maupun internasional, karena terintegrasi langsung dengan aplikasi Google (Manu & Fallo, 2019).

Tim pengabdian membantu pelaku UMKM melakukan registrasi dan optimasi profil GMB, termasuk penambahan foto produk, deskripsi usaha yang jelas, serta pengaturan jam operasional. Langkah ini bertujuan meningkatkan visibilitas online UMKM sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Dengan memanfaatkan GMB, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan peluang penjualan, sejalan dengan tujuan perkembangan usaha yang mendorong kemajuan dan keberhasilan usaha.

Dengan demikian, GMB menjadi alat yang efektif bagi UMKM untuk meningkatkan kehadiran online dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa yang mereka tawarkan. Tim berperan penting dalam membantu pelaku UMKM memanfaatkan GMB secara optimal, sehingga dapat meningkatkan kemampuan bersaing dan mencapai kesuksesan dalam bisnis.

- **Pemberian *Metromedia Technologies* (MMT)**

*Metromedia Technologies* (MMT) merupakan salah satu alat bantu pemasaran yang diberikan kepada pelaku UMKM untuk mendukung pengenalan dan promosi produk secara lebih efektif. MMT biasanya berupa materi promosi cetak seperti brosur, pamflet, kartu nama, atau poster yang dirancang dengan tampilan menarik dan informatif. Materi ini memuat informasi penting mengenai usaha, seperti nama produk, keunggulan, harga, serta kontak dan tautan media sosial yang dapat diakses oleh calon pelanggan.

Dalam program pengabdian ini, pemberian MMT bertujuan untuk memperkuat *branding* UMKM dan memudahkan komunikasi pemasaran, baik secara langsung maupun melalui media digital. Dengan adanya MMT, pelaku UMKM dapat lebih mudah menjangkau konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan membangun citra usaha yang profesional. Hal ini sangat penting dalam proses transformasi digital, karena MMT menjadi jembatan antara promosi *offline* dan *online* yang saling melengkapi. Dengan demikian, pemberian MMT merupakan strategi efektif dalam mendukung perkembangan usaha UMKM melalui peningkatan kualitas promosi dan komunikasi pemasaran yang terintegrasi.

Dalam pelaksanaannya, tim pengabdian secara langsung membantu pelaku UMKM dalam menerapkan *Google My Business* (GMB) dan pemberian *Metromedia Technologies* (MMT) pada beberapa usaha di Desa Sumogawe, antara lain Sunny Cake & Cookies milik Ibu Sulis dan Pak Benny di Dusun Kenteng, Teja Sari Farm Pembibitan dan Budidaya Sapi Perah Pak Wiyono (Kepala Dusun) di Dusun Mujo, Singkong Keju Pak Mur di Dusun Mujo, serta Fresh Yoghurt Pak Mul di Dusun Kembang. Pendampingan ini meliputi proses registrasi, optimasi profil GMB, serta penyediaan materi promosi yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing usaha, sehingga dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM secara signifikan.

### 3. Seminar UMKM

Pada fase ketiga program pendampingan, di selenggarakan seminar UMKM dengan tema "Transformasi UMKM: Strategi Digital dan Manajemen Bisnis untuk Era Ekonomi Kreatif" sebagai upaya strategis untuk memperkuat kapasitas pelaku UMKM di Desa Sumogawe dalam menghadapi era digital. Seminar ini dirancang untuk memberikan pemahaman konseptual yang mendalam mengenai strategi digital dan manajemen bisnis yang relevan dengan kebutuhan UMKM saat ini. Selain itu, seminar juga menyajikan tutorial praktis mengenai pembuatan *Google My Business* (GMB) dan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), dua alat penting dalam transformasi digital UMKM.

Pelaksanaan seminar ini bertujuan menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya pelaku UMKM yang telah didampingi secara langsung, tetapi juga perangkat desa dan masyarakat umum yang tertarik

mengembangkan usaha melalui teknologi digital. Dengan materi yang komprehensif dan aplikatif, seminar diharapkan dapat meningkatkan literasi digital dan kemampuan manajerial UMKM sehingga mereka mampu mengoptimalkan potensi bisnis secara mandiri.

Menurut Apriani (2023), penguatan kapasitas UMKM melalui pelatihan dan seminar sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital pelaku usaha. Transformasi digital UMKM tidak hanya melibatkan penggunaan teknologi, tetapi juga perubahan pola pikir dan strategi bisnis agar dapat bersaing di era ekonomi kreatif yang dinamis. Oleh karena itu, edukasi mengenai strategi digital dan manajemen bisnis menjadi fondasi utama dalam mempercepat adaptasi UMKM terhadap perkembangan teknologi dan pasar.

Tutorial pembuatan GMB dan QRIS dalam seminar ini memberikan solusi konkret untuk meningkatkan visibilitas online dan kemudahan transaksi digital. Google My Business memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar secara nasional maupun internasional melalui platform Google yang terintegrasi (Manu & Fallo, 2019). Sementara itu, QRIS memfasilitasi pembayaran digital yang cepat, aman, dan efisien, sangat penting dalam meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mempercepat proses bisnis (Siregar et al., 2025).

Dengan demikian, seminar UMKM berperan penting dalam memperkuat kapasitas pelaku UMKM Desa Sumogawe sekaligus mendorong percepatan transformasi digital yang berkelanjutan dan berdampak positif pada perkembangan usaha mereka.

### **Dampak Pendampingan terhadap Akselerasi Transformasi Digital UMKM**

Program pendampingan yang dilaksanakan di Desa Sumogawe menunjukkan kontribusi signifikan terhadap percepatan transformasi digital pada sektor UMKM. Intervensi yang dilakukan tidak hanya berfokus pada pengenalan teknologi, tetapi juga mendorong peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam mengadopsi pendekatan digital secara menyeluruh. Dampak dari pendampingan ini dapat dilihat pada beberapa aspek utama berikut:

#### **1. Peningkatan Visibilitas Usaha melalui Platform Digital**

Kegiatan pendampingan telah memfasilitasi UMKM dalam mengoptimalkan kanal digital seperti Google My Business untuk memperluas cakupan pasar dan meningkatkan eksposur bisnis mereka. Inisiatif ini membantu UMKM menjadi lebih mudah ditemukan oleh konsumen, baik dari lingkungan lokal maupun wilayah yang lebih luas. Penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi digital marketing secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan performa bisnis UMKM dan mendukung keberlanjutan usaha berbasis digital (Anugrah & Susanti, 2024). Pemanfaatan platform digital ini menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital.

#### **2. Penerapan sistem pembayaran non tunai**

*Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) menjadi manifestasi konkret dari transformasi digital dalam domain transaksi keuangan. Melalui program pelatihan dan pendampingan, para pelaku UMKM dapat beralih dari mekanisme pembayaran konvensional menuju sistem pembayaran digital yang lebih cepat, aman, dan efisien. Implementasi QRIS tidak hanya memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi, tetapi juga membantu UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan yang lebih akurat dan memperkuat tingkat kepercayaan konsumen. Sebagai standar nasional untuk pembayaran berbasis QR code, QRIS tidak hanya memfasilitasi transaksi yang lebih efisien tetapi juga menjadi katalis untuk berbagai inovasi dan transformasi digital di berbagai sektor ekonomi (Syafitri et al., 2024). Sistem pembayaran digital ini meningkatkan efisiensi operasional dan mendukung transformasi digital yang komprehensif.

#### **3. Peningkatan literasi digital pelaku usaha**

Program pendampingan edukatif, baik dalam aspek pemahaman konsep fundamental digitalisasi maupun penguasaan teknis penggunaan alat digital, berhasil meningkatkan pemahaman UMKM tentang konsep digitalisasi dan pemanfaatan berbagai platform digital seperti media sosial untuk keperluan pemasaran. Peningkatan literasi digital yang lebih baik memungkinkan UMKM untuk menjalankan usaha secara mandiri dan adaptif dalam menghadapi dinamika bisnis di era revolusi industri 4.0. Kemampuan ini berkontribusi signifikan pada peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat (Evelina et al., 2022).

#### **4. Penguatan identitas dan branding usaha**

Program pendampingan juga menyediakan bantuan dalam pembuatan berbagai media promosi seperti poster dan kartu nama yang berfungsi untuk memperkuat identitas merek UMKM. *Branding* yang konsisten dan profesional membantu membangun citra yang kredibel di mata konsumen serta membuka peluang pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran digital dan *branding* ini penting untuk

mempertahankan loyalitas pelanggan dan mendorong pertumbuhan bisnis UMKM (Siswanto & Wahyudi, 2024).

### **Faktor Pendukung dan Penghambat Pendampingan terhadap Akselerasi Transformasi Digital UMKM**

Keberhasilan program pendampingan transformasi digital UMKM di Desa Sumogawe tidak dapat dipisahkan dari sejumlah faktor pendukung yang secara signifikan memperkuat proses implementasi di lapangan. Antusiasme tinggi dari para pelaku UMKM menjadi fondasi utama dalam kesuksesan program ini, di mana kesadaran akan urgensi digitalisasi serta kemauan untuk belajar menjadi modal penting dalam mempercepat adopsi teknologi digital (Fitria Herlina et al., 2024).

Selain itu, dukungan komprehensif dari perangkat desa juga memainkan peran strategis melalui penyediaan fasilitas sarana, pengaturan jadwal, hingga penyediaan tempat yang mendukung kelancaran proses pendampingan. Sinergi yang terbangun antara pemerintah desa, mahasiswa pendamping, dan pelaku UMKM membentuk ekosistem kolaboratif yang kondusif dalam pengembangan kapasitas digital. Tidak kalah penting, kemampuan adaptif mahasiswa pendamping turut memperkuat efektivitas program. Mahasiswa mampu menyesuaikan pendekatan pelatihan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masing-masing pelaku usaha, serta menunjukkan kesabaran dalam menghadapi kesenjangan tingkat pemahaman digital yang cukup beragam.

Namun demikian, pelaksanaan program juga menghadapi sejumlah tantangan yang memengaruhi kelancaran dan efektivitas proses pendampingan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan durasi waktu pendampingan, yang mengakibatkan pelatihan tidak dapat mencakup seluruh materi digitalisasi secara menyeluruh. Waktu yang terbatas juga membatasi kesempatan untuk memastikan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengimplementasikan teknologi secara mandiri. Selain itu, tingkat literasi digital yang tidak merata di kalangan pelaku UMKM menimbulkan tantangan dalam penyampaian materi yang efektif dan merata. Sebagian pelaku membutuhkan pendekatan pembelajaran yang lebih intensif dan berulang untuk dapat memahami konsep serta mengoperasikan alat digital dengan optimal.

Di sisi lain, infrastruktur digital yang belum merata, khususnya kualitas jaringan internet yang kurang stabil di beberapa dusun, menjadi hambatan teknis yang cukup signifikan. Keterbatasan akses ini memperlambat proses pendaftaran akun digital, pengunggahan konten promosi, hingga pelaksanaan transaksi daring. Oleh karena itu, untuk mendukung keberlanjutan transformasi digital UMKM, diperlukan strategi penguatan infrastruktur serta program pendampingan lanjutan yang berkelanjutan dan inklusif (Aryani et al., 2025). Hal ini akan memastikan bahwa manfaat transformasi digital dapat dirasakan secara optimal oleh seluruh pelaku UMKM.

### **SIMPULAN**

Program pendampingan yang dilaksanakan di Desa Sumogawe telah memberikan kontribusi signifikan dalam mengakselerasi transformasi digital UMKM. Mahasiswa berperan multifungsi sebagai fasilitator, edukator, dan motivator. Sebagai fasilitator, mereka membuka akses pelaku UMKM terhadap berbagai *tools* digital seperti *Google My Business* (GMB), QRIS, dan media sosial, yang sebelumnya belum banyak dimanfaatkan. Peran edukator diwujudkan melalui pemberian pemahaman dan pelatihan praktis mengenai pentingnya digitalisasi, pengelolaan profil bisnis digital, serta penerapan sistem pembayaran digital, yang secara langsung meningkatkan literasi digital pelaku usaha. Tidak hanya itu, mahasiswa juga bertindak sebagai motivator, memberikan dorongan dan semangat kepada UMKM agar mau beradaptasi dengan perubahan zaman dan mengatasi ketakutan terhadap teknologi baru, sehingga membangun kepercayaan diri mereka dalam mengimplementasikan inovasi digital.

Dampak dari pendampingan ini sangat terasa pada beberapa aspek. Pertama, terjadi peningkatan visibilitas usaha melalui optimalisasi platform digital, membuat UMKM lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Kedua, penerapan sistem pembayaran non-tunai melalui QRIS memfasilitasi transaksi yang lebih cepat, aman, dan efisien, sekaligus membantu pencatatan keuangan yang lebih akurat. Ketiga, literasi digital pelaku usaha meningkat secara signifikan, memungkinkan mereka untuk menjalankan usaha secara mandiri dan adaptif di tengah dinamika bisnis digital. Keempat, identitas dan *branding* usaha UMKM semakin kuat berkat bantuan dalam pembuatan media promosi yang profesional.

Keberhasilan program ini didukung oleh antusiasme tinggi dari para pelaku UMKM, dukungan komprehensif dari perangkat desa, serta kemampuan adaptif mahasiswa pendamping dalam menyesuaikan pendekatan pelatihan. Namun demikian, program ini juga menghadapi tantangan seperti keterbatasan durasi waktu pendampingan, tingkat literasi digital yang tidak merata di kalangan pelaku UMKM, dan infrastruktur digital yang belum merata, khususnya kualitas jaringan internet yang kurang stabil di beberapa

dusun. Oleh karena itu, untuk memastikan keberlanjutan transformasi digital UMKM, diperlukan strategi penguatan infrastruktur serta program pendampingan lanjutan yang berkelanjutan dan inklusif. Secara keseluruhan, pendampingan holistik ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis UMKM, tetapi juga membangun sikap positif dan perilaku adaptif terhadap inovasi digital, mendorong perkembangan usaha yang lebih kompetitif di era ekonomi kreatif.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Alaina, H. (2023). *Cerita Kampung Susu Sumogawe Semarang yang Kembali Bergairah Pasca-Pandemi. Espos Regional.* <https://regional.espos.id/cerita-kampung-susu-sumogawe-semarang-yang-kembali-bergairah-pasca-pandemi-1804142>.
- Anugrah, V. J., & Susanti, E. D. (2024). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 16(2).
- Apriani, T. (2023). Strategi Pemberdayaan Ekonomi UMKM Sebagai Dampak dari Akselerasi Transformasi Digital Menuju Era 5.0. *Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)*, 1(1), 81–86.
- Asyiffa, M. R., Rozak, W. A., & Hadi, R. (2025). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(4), 584–591.
- Dalimunthe, I. R. A. S., Fitrisia, A., & Fatimah, S. (2024). Transformasi digital dan filsafat kepemimpinan dalam birokrasi: Tantangan dan peluang. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(4), 597–611.
- Fatmawati, I., & Burhanudin, B. (2022). Kunjungan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Usaha Kuliner “Street Burger.” *Jurnal USAHA*, 3(2), 52–62. <https://doi.org/10.30998/juuk.v3i2.1524>
- Hasanah, A. N., Rahayu, N. S. R. N. S., FH, M. A., & Dwinta, K. (2025). Peran Mahasiswa KKM UNSERA dalam Peningkatan Kemampuan Digital Marketing Pengusaha UMKM. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2, 244–251.
- jatengprov.go.id. (2022). *Berkat Bantuan Rp1 Miliar dari Pemprov Jateng, Desa Wisata Sumogawe Sekarang Punya Rest Area dan Mobil Shuttle*. Jatengprov.Go.Id.
- Johar, D. (2014). Peran Modal Sosial Dalam Meningkatkan Peran Lembaga Keuangan Mikro Dalam Pembangunan Pertanian di Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi*, 16(3), 285–299.
- Manu, G. A., & Fallo, D. (2019). Implementasi Google My Business (Gmb) Dalam Promosi Pariwisata Di Kota Kupang Dan Sekitarnya. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 2(2), 8–15. <https://doi.org/10.37792/jukanti.v2i2.69>
- Putra, R. I. M., & Kurnia, A. C. (2025). Peran pendampingan UMKM terhadap penguatan strategi bisnis lokal di era digital. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 2(4), 789–794.
- Saragih, J. F. L., Faradilla, A. J., Nasution, R. A., Tafonao, D. F. A., Pitaloka, D., Amelia, B., & Dongoran, D. (2024). Menutup Kesenjangan Digital: Studi tentang Meningkatkan Kehidupan UMKM Melalui Literasi Digital. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(5), 1788–1795.
- Siregar, A. J., Aryani, A. D., Utami, D. A., & Nurbaiti, N. (2025). Penerapan penggunaan pembayaran digital QRIS pada UMKM. *Journal Sains Student Research*, 3(1), 344–353.
- Sururi, A., Hasanah, B., Ma'lumatiyah, M., & Dwianti, A. (2022). Efektivitas Implementasi Pemberdayaan Masyarakat di Lingkungan Perguruan Tinggi dalam Mendukung Dampak Pembangunan Berkelanjutan. *Spirit Publik: Jurnal Administrasi Publik*, 17(2), 150. <https://doi.org/10.20961/sp.v17i2.64931>
- Syaiful, Y. (2025). Optimalisasi Peran Mahasiswa dalam Pemberdayaan UMKM Desa Pulopancikan Demi Pencapaian SDGS. *PRAWARA Jurnal ABDIMAS*, 4(1), 27–32.
- Tania, L., Maryska, C., & Hadiprayogo, B. (2025). Peningkatan Literasi Digital Bagi Pelaku Umkm Desa Melalui Pelatihan Marketing Online Berbasis Marketplace. *Jurnal Adaptasi*, 1(1), 33–42.

## LAMPIRAN



Gambar 1. Kunjungan UMKM ke Pembuatan Sate Tembakau Bu Natirah di Dusun Kembang (Kamis, 24 Juli 2025)



Gambar 2. Kunjungan UMKM ke Perah Susu Pak Kasmani di Dusun Kembang (Kamis, 24 Juli 2025)



Gambar 3. Kunjungan UMKM ke Pengolahan Singkong Keju Pak Mur di Dusun Mujo (Kamis, 24 Juli 2025)



Gambar 4. Kunjungan UMKM ke Yayasan Balai Karya Berkat Ibu Yeanny pada Kegiatan Membatik Bersama Difabel di Dusun Kenteng (Selasa, 2 Agustus 2025)



Gambar 5. Kunjungan UMKM ke Budidaya Jamur Tiram Mas Eko di Dusun Tambangan (Kamis, 31 Julis 2025)



Gambar 6. Kunjungan UMKM Sunny Cake and Cookies Ibu Sulis dan Pak Benny di Dusun Kenteng (Senin, 28 Juli 2025)



Gambar 7. Kunjungan UMKM Fresh Yoghurt Pak Mul di Dusun Kembang (Senin, 28 Juli 2025)



Gambar 8. Kunjungan UMKM Produksi Susu Segar Pak Si di Dusun Sumogawe (Kamis, 24 Juli 2025)



Gambar 9.Pemasangan Google Maps dan Pemberian MMT kepada UMKM Fresh Yoghurt Pak Mul di Dusun Kembang (Kamis, 7 Agustus 2025)



Gambar 10.Pemasangan Google Maps dan Pemberian MMT kepada UMKM Sunny Cake and Cookies Ibu Sulis dan Pak Benny di Dusun Kenteng (Kamis, 14 Agustus 2025)



Gambar 11.Pemasangan Google Maps kepada UMKM Singkong Keju Pak Mur di Dusun Mujo (Selasa, 5 Agustus 2025)



Gambar 12.Pemberian MMT kepada UMKM Singkong Keju Pak Mur di Dusun Mujo (Selasa, 5 Agustus 2025)



Gambar 13.Pemasangan Google Maps kepada UMKM Teja Sari Farm Pembibitan dan Budidaya Sapi Perah Pak Wiyono (Kepala Dusun) di Dusun Mujo (Jumat, 15 Agustus 2025)



Gambar 14. Seminar UMKM “Transformasi UMKM: Strategi Digital dan Manajemen Bisnis untuk Era Ekonomi Kreatif” (Senin, 11 Agustus 2025)



Gambar 15. Leaflet Informasi Mengenai Seminar UMKM “Transformasi UMKM: Strategi Digital dan Manajemen Bisnis untuk Era Ekonomi Kreatif” Lembar Ke-1



Gambar 16. Leaflet Informasi Mengenai Seminar UMKM “Transformasi UMKM: Strategi Digital dan Manajemen Bisnis untuk Era Ekonomi Kreatif” Lembar Ke-2