Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
4 (4) , November 2026 Page : 2957–2965 / e-ISSN : 2986-5212
Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0
DOI : https://doi.org/10.61231/3tc3cc77
Received: 17-09-2026 Accepted: 02-11-2026 Publication: 09-11-2026

Pengenalan Produk Unggulan Desa dan Digitalisasi UMKM Melalui Website UMKM Desa Kedungwonokerto

Mugthi Alintya Darmawan[1)], Eka Revaldo[2)], Wirda Abrory Hanif [3)], Sanniyatin Nur Khoyyirah [4)] Roudhotul Zannah[5)], Deni Harmoko[6)].

[1,2,3,4,5,6] Universitas Maarif Hasyim Latif , Indonesia

Email : mugthialintya1208@gmail.com[1], ekarevaldo@gmail.com[2], wirdahanif@gmail.com[3], saniyyatin05@gmail.com[4], roudhotulnana12@gmail.com[5], deniharmoko23@gmail.com[6]

Correspondence : ekarevaldo@gmail.com[*]

Abstract: *This community service activity aims to assist micro, small, and medium enterprise actors in the process of business digitalization and introduction of village featured products through the creation of business identity, promotional media, and a village enterprise catalog website. The method used is direct assistance and education to business actors. The activity was carried out from August 1–31, 2026 in Tanggungan Hamlet, Kedungwonokerto Village. The results show that 2 micro, small, and medium enterprises were fully assisted, including the creation of banners, registration on Google Maps, creation of digital promotional accounts, and inputting business information into the catalog website. The Kedungwonokerto Village enterprise catalog website was successfully created and can be accessed publicly as a digital information medium displaying featured products, business location maps, village galleries, and contact information. This activity contributed to increasing the digital presence of local business actors and introducing the potential of Kedungwonokerto Village to a wider community*

Abstrak *: Kegiatan pengabdian ini bertujuan mendampingi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam proses digitalisasi usaha dan pengenalan produk unggulan desa melalui pembuatan identitas usaha, media promosi, dan website katalog usaha mikro, kecil, dan menengah desa. Metode yang digunakan adalah pendampingan dan edukasi langsung kepada pelaku usaha. Kegiatan dilaksanakan pada 1–31 Agustus 2026 di Dusun Tanggungan, Desa Kedungwonokerto. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 2 usaha mikro, kecil, dan menengah berhasil didampingi secara penuh, meliputi pembuatan banner, pendaftaran di Google Maps, pembuatan akun promosi digital, serta penginputan informasi usaha ke dalam website katalog. Website katalog usaha mikro, kecil, dan menengah Desa Kedungwonokerto berhasil dibuat dan dapat diakses secara publik sebagai media informasi digital yang menampilkan produk unggulan, peta lokasi usaha, galeri desa, dan informasi kontak. Kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan kehadiran digital pelaku usaha lokal dan memperkenalkan potensi Desa Kedungwonokerto kepada masyarakat yang lebih luas.*

Keywords : *Business Digitalization; Digital Catalog; Village Featured Products; Village Website*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam menopang perekonomian masyarakat desa, terutama dalam membuka peluang kerja dan menambah penghasilan keluarga (Khasanah, 2023). Namun pada kenyataannya, banyak pelaku UMKM di pedesaan yang belum memanfaatkan teknologi digital untuk memperkenalkan produk unggulan mereka kepada masyarakat luas (Bangun & Purnama, 2022), sehingga usaha yang dijalankan hanya dikenal oleh orang-orang di

sekitarnya saja. Kondisi serupa ditemukan di Dusun Tanggungan, Desa Kedungwonokerto, Kecamatan Prambon, Kabupaten Sidoarjo. Di sana terdapat 8 hingga 10 UMKM yang bergerak di berbagai bidang, terutama kuliner dan minuman, dengan potensi produk unggulan yang sebenarnya layak untuk dikenal lebih luas. Dari hasil observasi yang dilakukan, diketahui bahwa seluruh pelaku UMKM di wilayah tersebut belum memiliki identitas usaha seperti logo, belum memiliki media promosi, dan sama sekali belum hadir di dunia digital. Padahal persaingan usaha saat ini sudah sangat bergantung pada kemampuan memanfaatkan platform digital untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas (Utami dkk., 2023).

Selama ini, cara yang digunakan pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk unggulan mereka masih sangat sederhana, yaitu hanya mengandalkan cerita dari mulut ke mulut dan berjualan langsung di lingkungan sekitar. Belum pernah ada pendampingan yang secara khusus membantu mereka masuk ke dunia digital, mengenalkan produk unggulan desa kepada masyarakat di luar wilayah, maupun program digitalisasi yang secara khusus menyasar pelaku UMKM di Dusun Tanggungan. Kondisi inilah yang menjadi alasan utama mengapa digitalisasi UMKM dan pengenalan produk unggulan desa menjadi program prioritas dalam kegiatan pengabdian ini, karena potensi usaha yang dimiliki masyarakat sebenarnya cukup besar namun belum didukung oleh sarana yang memadai.

Sejumlah penelitian sebelumnya membuktikan bahwa ketika UMKM mulai memanfaatkan media digital untuk promosi, pendapatan dan jangkauan pasar mereka cenderung meningkat (Aisyah & Rachmadi, 2022). Pendampingan dalam pembuatan identitas usaha juga terbukti dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk lokal (Hilmiana & Kirana, 2022). Lebih jauh, kehadiran website sebagai media informasi dinilai mampu menyajikan data UMKM beserta produk unggulan desa secara terpusat dan mudah dijangkau oleh siapa saja (Amalia dkk., 2024), dan hal ini semakin relevan di tengah perkembangan teknologi yang terus melaju (Mochamad Mochklas dkk., 2025).

Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan mendampingi pelaku UMKM di Dusun Tanggungan dalam proses digitalisasi usaha dan pengenalan produk unggulan desa, mulai dari pembuatan logo, banner, stiker, akun promosi digital, pendataan UMKM, hingga pembuatan website katalog UMKM desa sebagai media informasi digital yang dapat diakses secara publik.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama satu bulan penuh, yaitu pada 1–31 Agustus 2026, bertempat di Dusun Tanggungan, Desa Kedungwonokerto, Kecamatan Prambon, Kabupaten Sidoarjo. Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Dusun Tanggungan, Desa Kedungwonokerto. Pelaku UMKM dilibatkan secara langsung dalam setiap tahapan pendampingan, mulai dari proses pendataan, pembuatan identitas usaha, hingga penginputan

informasi ke dalam website katalog UMKM desa. Selain pelaku UMKM, anggota Karang Taruna Dusun Tanggungan juga dilibatkan sebagai sasaran sosialisasi website agar informasi mengenai keberadaan website dapat disebarluaskan kepada masyarakat secara lebih luas.

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah Community Based Research (CBR), yaitu pendekatan yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam proses pengabdian. Pendekatan ini diwujudkan melalui identifikasi kebutuhan masyarakat secara langsung, pelibatan pelaku UMKM dalam setiap tahapan kegiatan, serta pendampingan berkelanjutan yang disesuaikan dengan kondisi dan kemampuan masing-masing pelaku usaha.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, koordinasi awal dilakukan bersama Ketua UMKM Desa Kedungwonokerto untuk memperoleh data awal mengenai jumlah dan jenis UMKM yang ada di Dusun Tanggungan. Dari koordinasi tersebut, diketahui terdapat 8 hingga 10 UMKM yang bergerak di berbagai bidang usaha. Kedua, dilakukan observasi dan pemetaan langsung ke lapangan untuk mendata UMKM beserta produk unggulan yang dimiliki (Pratama dkk., 2025), termasuk pengambilan dokumentasi produk dan informasi usaha. Proses ini tidak selalu berjalan lancar karena beberapa pelaku UMKM tidak merespons hingga kegiatan berakhir, sehingga pendampingan difokuskan pada UMKM yang bersedia dan aktif berpartisipasi.



Gambar 1 Koordinasi dengan ketua UMKM Desa Kedungwonokerto

Sumber: Dokumentasi kegiatan KKN

Ketiga, dilakukan pendampingan digitalisasi kepada pelaku UMKM yang merespons, meliputi pembuatan identitas usaha berupa logo, banner, dan stiker menggunakan aplikasi Canva, serta pembuatan akun promosi digital. Keempat, dilakukan pembuatan katalog dan website UMKM desa sebagai media informasi digital yang menampilkan produk unggulan, peta lokasi UMKM, galeri desa, dan informasi kontak. Website ini dapat diakses secara publik dan dikerjakan dengan menyesuaikan

anggaran yang tersedia, termasuk pemilihan domain yang terjangkau. Kelima, dilakukan sosialisasi website UMKM kepada anggota Karang Taruna Dusun Tanggungan agar informasi mengenai keberadaan website dapat disebarluaskan kepada masyarakat.

Evaluasi dilakukan di akhir kegiatan untuk mengetahui keterlaksanaan setiap program. Pengumpulan informasi dilakukan melalui observasi lapangan, koordinasi dengan ketua UMKM, dan dokumentasi kegiatan. Hasil evaluasi dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan capaian dan kendala yang ditemukan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal kegiatan dimulai dengan koordinasi bersama Ketua UMKM Desa Kedungwonokerto untuk memperoleh data awal mengenai pelaku usaha yang ada di Dusun Tanggungan. Dari koordinasi tersebut, diketahui terdapat 8 hingga 10 UMKM yang bergerak di berbagai bidang usaha. Selanjutnya dilakukan observasi dan pemetaan langsung ke lapangan untuk mendata UMKM beserta produk unggulan yang dimiliki. Namun dalam prosesnya, beberapa pelaku UMKM tidak memberikan respons hingga kegiatan berakhir, sehingga pendampingan difokuskan pada 2 UMKM yang bersedia dan aktif berpartisipasi (Ikerismawati dkk., 2023), yaitu Warung Bu Nia dan Dapur R.I, keduanya bergerak di bidang makanan dan minuman (Aushafina & Wikartika, 2023).



Gambar 2 Desain Banner UMKM Desa
Sumber: Dokumentasi Tim KKN

Pendampingan digitalisasi dilakukan kepada dua pelaku UMKM yang merespons program (Nanda Defi Anita dkk., 2022). Bentuk pendampingan yang diberikan meliputi pembuatan banner sebagai media promosi fisik, pendaftaran usaha di Google Maps agar lokasi usaha mudah ditemukan

oleh calon konsumen, pembuatan akun promosi digital, serta pendataan dan penginputan informasi usaha ke dalam website katalog UMKM desa

Untuk Warung Bu Nia, akun promosi dibuat melalui platform ShopeeFood mengingat jenis usahanya berupa makanan dan minuman yang relevan dengan layanan pesan antar makanan online (Aswin dkk., 2023). Sementara untuk Dapur R.I**,** akun promosi dibuat melalui platform TikTok sebagai media promosi berbasis konten video yang saat ini banyak digunakan masyarakat untuk menemukan produk kuliner lokal (Afiah dkk., 2022). Selain akun promosi, Dapur R.I juga mendapatkan pendampingan pembuatan stiker sebagai identitas kemasan produk (Shandy dkk., 2025). Semua materi desain dibuat menggunakan aplikasi Canva dengan mempertimbangkan identitas dan karakteristik masing-masing usaha (Aisyah & Rachmadi, 2022).

Tabel 2 Data UMKM Desa

No	Nama UMKM	Bidang Usaha	Luaran Digitalisasi
1	Warung Bu Nia	Makanan & Minuman	Google Maps, Banner, Website, ShopeeFood
2	Dapur R.I	Makanan & Minuman	Google Maps, Banner, Stiker, Website, TikTok

Sumber: Data hasil Observasi tim KKN

Salah satu luaran utama dari kegiatan pengabdian ini adalah tersedianya website katalog UMKM Desa Kedungwonokerto yang dapat diakses secara publik melalui laman https://www.UMKM-kedungwonokerto.web.id/. Website ini dirancang sebagai media informasi digital terpusat yang menampilkan berbagai informasi mengenai UMKM dan potensi desa secara menyeluruh (Amalia dkk., 2024). Website ini dilengkapi dengan beberapa fitur utama, Katalog UMKM yaitu menampilkan produk dan informasi usaha dari pelaku UMKM Desa Kedungwonokerto, Galeri Desa yaitu menampilkan foto-foto potensi dan keindahan Desa Kedungwonokerto. Peta UMKM yaitu menampilkan lokasi UMKM yang dapat diakses secara interaktif. Update Berita yaitu memuat informasi dan berita terkini seputar desa. Kontak yaitu memudahkan masyarakat menghubungi pihak desa.

Kehadiran website ini diharapkan dapat memperluas jangkauan promosi produk lokal sekaligus memperkenalkan potensi unggulan Desa Kedungwonokerto kepada masyarakat yang lebih luas (Mochamad Mochklas dkk., 2025). Setelah website selesai dibuat, dilakukan sosialisasi kepada anggota Karang Taruna Dusun Tanggungan agar keberadaan website diketahui dan dapat disebarluaskan kepada masyarakat. Meskipun jumlah anggota yang hadir masih terbatas, informasi mengenai website tetap disampaikan kepada peserta yang hadir untuk kemudian diteruskan kepada anggota lainnya (Nanda Defi Anita dkk., 2022).



Gambar 3 Tampilan website UMKM dan keunggulan Desa

Sumber: Website UMKM Desa Kedungwonokerto Hasil pengembangan Tim KKN



Gambar 4 Sosialisasi Website UMKM dan Potensi Keunggulan Desa

Sumber: Dokumentasi Kegiatan KKN

Evaluasi pendampingan dilakukan di akhir kegiatan untuk mengukur keterlaksanaan dan capaian setiap program yang telah dilaksanakan. Berdasarkan hasil evaluasi, seluruh program digitalisasi UMKM yang direncanakan berhasil dilaksanakan dengan baik. Pendataan UMKM berhasil dilakukan meskipun tidak semua pelaku UMKM yang dihubungi memberikan respons, sehingga pendampingan difokuskan pada 2 UMKM yang bersedia berpartisipasi aktif yaitu Warung Bu Nia dan Dapur R.I.

Kedua UMKM yang didampingi berhasil mendapatkan luaran digitalisasi secara lengkap, meliputi pendaftaran di Google Maps, pembuatan banner, pembuatan akun promosi digital melalui ShopeeFood dan TikTok, serta penginputan informasi usaha ke dalam website katalog UMKM desa. Website katalog UMKM Desa Kedungwonokerto juga berhasil dibuat dan dapat diakses secara publik. Sosialisasi website kepada anggota Karang Taruna Dusun Tanggungan terlaksana meskipun jumlah peserta yang hadir masih terbatas.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa program pendampingan digitalisasi UMKM berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Kendala utama yang ditemukan adalah rendahnya respons dari pelaku UMKM yang dihubungi, sehingga jumlah UMKM yang berhasil didampingi tidak mencapai target awal. Hal ini menjadi catatan penting untuk perbaikan program serupa di masa mendatang agar strategi pendekatan kepada pelaku UMKM dapat lebih ditingkatkan.

Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kendala yang ditemukan di lapangan. Tidak semua pelaku UMKM yang dihubungi memberikan respons, sehingga pendampingan tidak dapat menjangkau seluruh UMKM yang ada. Selain itu, proses pengumpulan dokumentasi produk membutuhkan waktu lebih karena jadwal pelaku UMKM yang tidak sama.

Meskipun demikian, program ini memiliki potensi keberlanjutan yang baik. Website yang dibuat dapat dikelola dan diperbarui secara mandiri oleh Karang Taruna agar informasi UMKM tetap relevan dan terkini (Ardan dkk., 2025). Pelaku UMKM yang telah didampingi dapat mengembangkan akun promosi mereka secara mandiri. Ke depannya, diharapkan semakin banyak pelaku UMKM di Desa Kedungwonokerto yang bergabung dan memanfaatkan website sebagai sarana promosi produk unggulan desa secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Dusun Tanggungan, Desa Kedungwonokerto, Kecamatan Prambon, Kabupaten Sidoarjo pada 1–31 Agustus 2026 berhasil mewujudkan program pengenalan produk unggulan desa dan digitalisasi UMKM melalui beberapa luaran nyata. Dari 8 hingga 10 UMKM yang terdata di wilayah tersebut, sebanyak 2 UMKM yaitu Warung Bu Nia dan Dapur R.I berhasil didampingi secara penuh dalam proses digitalisasi usaha, meliputi pembuatan banner, pendaftaran di Google Maps, pembuatan akun promosi digital melalui ShopeeFood dan TikTok, serta penginputan informasi usaha ke dalam website katalog UMKM desa.

Luaran yang telah dihasilkan dari kegiatan ini adalah tersedianya website untuk katalog UMKM Desa Kedungwonokerto dan potensi unggulan Desa Kedungwonokerto yang dapat diakses melalui https://www.UMKM-kedungwonokerto.web.id/. Web ini memuat informasi produk UMKM, peta lokasi usaha, galeri desa, berita terkini, dan kontak desa, sehingga dapat menjadi sarana promosi dan

pengenalan potensi lokal yang berkelanjutan. Sosialisasi penggunaan website juga telah dilakukan kepada anggota Karang Taruna Dusun Tanggungan sebagai upaya penyebarluasan informasi kepada masyarakat. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan kehadiran digital pelaku UMKM lokal dan memperkenalkan produk unggulan Desa Kedungwonokerto kepada masyarakat yang lebih luas. Ke depannya, website yang telah dibuat diharapkan dapat terus dikelola secara mandiri oleh perangkat desa maupun Karang Taruna, dan semakin banyak pelaku UMKM yang bergabung sehingga potensi ekonomi lokal desa dapat berkembang secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo yang telah memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik 2026. Terima kasih juga disampaikan kepada Dosen Pendamping Lapangan, Bapak Deni Harmoko, S.Si., M.Si., atas bimbingan dan arahan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga ditujukan kepada perangkat Desa Kedungwonokerto, Ketua UMKM Desa Kedungwonokerto, seluruh pelaku UMKM yang telah bersedia berpartisipasi dalam program ini, serta seluruh masyarakat Dusun Tanggungan yang telah menyambut dan mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dengan penuh keramahan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman Firdaus Thaha (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia, *Jurnal Brand*, 2(1), 147-153

Arsyad M, & Annisa, A. R (2016) Konsentrasi Hambat Minuman (KHM) Ekstra Etanol Buah Sawo. (Achras zapota L) terhadap pertumbuhan Bakteri Escherichia Coli, *Jurnal Ibnu Sina*, 1 *(2), 211-218*

BPS. (2020). *Lamongan Dalam Angka 2020*.

Eva Yuliana, Lissa, Nur Subkhi. (2021). Pemanfaatan Buah Sawo (Manilkara Zapota) Untuk Menghasilkan Keripik Dan Sirup Di Desa Pawidean. *Abdi Wiralodra : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(2017), 53–60.

Fitry Noerhalimah. (2019). *Korelasi Konsentrasi Asam Askorbat Dan Kalium Permanganat Serta Jenis Kemasan Plastik Terhadap Karakteristik Buah Sawo Segar (Manilkara Zapota (L.) Van Royen) Selama Penyimpanan*. Universitas Pasundan.

Hakimah, I. A. (2010). *Macam Buah Berkhasiat Istimewah*. Syura Media Utama.

Herydiansyah, G., Candera, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(2), 84–89.

Jufriyanto, M. (2019). Pengembangan Produk Unggulan Sebagai Potensi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa di Kecamatan Modung Bangkalan. *Pengabdhi*, *5*(1).

Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan Umkm. *Imajinasi : Jurnal Seni*, *9*(2), 127–136. https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8846

Puspita, D., Rahardjo, M., Pratiwi Elingsetyo Sanubari, T., & Agung Kurniawan, Y. (2018). Pemanfaatan Buah Sawo Keju (Pouteria Campechiana) Menjadi Mentega Sebagai Suplemen Vitamin A. *Jurnal Dunia Gizi*, *1*(2), 84–91. http://ejournal.helvetia.ac.id/index.php/jdg/article/view/3014/68

Rais Agil Bahtiar, J. P. S. (2020). Dampak Covid 19 Terhadap Perlambatan Sektor UMKM. *Info Singkat*, *XII*(6), 19–24.

Roy Iman Sutarya. (2016). *Perbandingan Antara Sawo Manila (Manilkara Zapota) Dengan Konsentrasi Gula Kelapa Dan Lama Pemanasan Terhadap Karakteristik Dodol*. Universitas Pasundan.

Syamsuri Syakri, D. N. P. (2017). Formulasi Dan Uji Aktivitas Sirup Sari Buah Sawo Manila Terhadap Bbeberapa Mikroba. *JF FIK UINAM*, *5*(2), 72–83.

Tri Handayani, N. (2012). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Green Product Sepeda Motor Honda Injection. *Management Analysis Journal*, *1*(2), 120–128.

Trisnawati, A. (2018). Uji Kandungan Senyawa Kimia Ekstrak Kulit Sawo atang dan Buah Sawo Muda (Manilkara zapota). *Prosiding Seminar Nasional Kimia 2018 "Eksplorasi Bahan Alam Sebagai Inovasi Sains Untuk Kemajuan Indonesia."*

Trisnawati, A., & Azizah, A. S. N. (2019). Perbandingan Efektivitas Larvasida Ekstrak Kulit dan Daging Buah Sawo (Manilkara zapota) terhadap Kematian Nyamuk Aedes aegypti. *CHEESA: Chemical Engineering Research Articles*, *2*(2), 66–74. https://doi.org/10.25273/cheesa.v2i2.5495

Ulum, M., Muslih, Nashihin, Musbikhin, Musthofa, R. Z., & Zaini, A. A. (2021). *Panduan KKN ABCD (asset based community development) Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan*. Pustaka Ilalang.

Ulum, M., Nashihin, N., Zawawi, A., & Huda, H. (2021). Pendampingan Pengolahan Ikan Gatul sebagai Sumber Ekonomi Keluarga bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga di Desa Tanggul Rejo Manyar Gresik. *KERIS: Journal of Community Engagement*, *1*(1), 1–9.