Copyright © 2026 pada penulis
Madaniya, Vol. 7, No. 3, Agustus 2026

Membangun Ekosistem Ekonomi Lokal Yang Inklusif dan Berkelanjutan: Integrasi Transformasi Digital UMKM dan Konsumsi Sirkular Berbasis Komunitas di Kelurahan Lembah Damai

Syofiatul Safitri [1]*, Toni Sianturi [2], Febriyani Etaria Siringo-ringo [3], Dinda Triasya [4], Allysa Vadillah Noviadi [5], Carissa Sahri Br Lubis [6], Dinda Muthia Khairani [7], Adinda Nabila Azahra [8], Shalsa Syu'ara Farasetia [9], Brenda Ririn N Sinaga [10], Indah Lestari Napitupulu [11], Rafly Iqbal Ritonga [12], Muhammad Firzi Hasan [13]

[1–13] Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau

* syofia.s@lecturer.unri.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian rakyat, termasuk di kawasan permukiman padat penduduk seperti Lembah Damai. Meskipun demikian, mayoritas pelaku UMKM di kawasan ini masih menghadapi kendala dalam hal literasi digital, sistem pembayaran nontunai, dan identitas visual usaha yang belum terstandardisasi, sementara pada saat yang sama sebagian warga juga menghadapi keterbatasan daya beli untuk memenuhi kebutuhan sandang sehari-hari. Artikel ini disusun berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam skema Kuliah Kerja Nyata (KKN) Berdampak, yang bertujuan untuk mendeskripsikan kondisi eksisting UMKM berdasarkan hasil survei di RW 01, RW 05, dan RW 08, serta mengevaluasi implementasi tiga program pemberdayaan, yaitu UMKM Go Digital melalui pembuatan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), Rise and Growth melalui pembuatan logo usaha, spanduk, katalog menu, serta pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, dan Bazar Baju Murah melalui penyediaan pakaian layak dan terjangkau berupa baju, celana, dan tas bagi masyarakat sekitar. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik observasi lapangan, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM serta warga sasaran. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih bertransaksi secara tunai, sebagian pelaku usaha lanjut usia memiliki kekhawatiran terhadap potensi penipuan digital, dan identitas visual usaha secara umum belum dikelola secara profesional. Implementasi program UMKM Go Digital pada enam mitra UMKM, yaitu Kue Zahwa, AZ Laundry, Ayam Potong Evra Jaya, Soto Gojheng, Kedai Sarapan Bu Gus, dan Kedai Uwo, serta program Rise and Growth pada lima di antara mitra tersebut (di luar Kedai Uwo), menunjukkan peningkatan kesiapan transaksi digital serta perbaikan citra usaha, sementara program Bazar Baju Murah terbukti meningkatkan akses masyarakat terhadap kebutuhan sandang dengan harga terjangkau sekaligus memperkuat interaksi sosial

antarwarga. Ketiga program tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi berbasis KKN Berdampak dapat dirancang secara holistik, menyasar baik sisi produsen (UMKM) maupun sisi konsumen (masyarakat umum). Penelitian ini merekomendasikan perlunya pendampingan berkelanjutan, khususnya bagi pelaku UMKM lanjut usia, agar transformasi digital dan pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat berjalan inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *UMKM, digitalisasi, QRIS, branding usaha, bazar baju murah, KKN Berdampak, pemberdayaan masyarakat*

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Berdampak merupakan salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang menempatkan mahasiswa secara langsung di tengah masyarakat untuk mengidentifikasi permasalahan riil sekaligus merumuskan solusi yang aplikatif dan berkelanjutan. Berbeda dengan pengabdian yang bersifat seremonial, KKN Berdampak menuntut adanya program kerja yang terukur, berbasis data lapangan, serta memberikan manfaat nyata bagi masyarakat sasaran, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun literasi digital. Artikel ini disusun berdasarkan pengalaman pelaksanaan KKN Berdampak di kawasan Lembah Damai, yang menghasilkan tiga program kerja utama, yaitu UMKM Go Digital, Rise and Growth, dan Bazar Baju Murah.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyerap tenaga kerja maupun sebagai penopang ketahanan ekonomi pada tingkat rumah tangga dan komunitas. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, transformasi UMKM ke arah digitalisasi menjadi salah satu isu penting yang perlu mendapat perhatian, baik dari sisi kebijakan pemerintah maupun dari sisi pendampingan langsung di tingkat akar rumput. Digitalisasi UMKM tidak hanya berkaitan dengan adopsi sistem pembayaran nontunai, tetapi juga mencakup pengelolaan identitas usaha secara visual dan keterlihatan usaha pada platform digital seperti mesin pencari lokasi (Google Maps).

Kawasan Lembah Damai merupakan salah satu wilayah permukiman yang di dalamnya terdapat berbagai pelaku UMKM dengan karakteristik usaha yang beragam, mulai dari usaha kuliner rumahan, usaha jasa laundry, hingga usaha perdagangan bahan pangan seperti ayam potong. Berdasarkan hasil survei awal, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di kawasan ini masih menggunakan sistem pembayaran tunai secara eksklusif, sementara adopsi sistem pembayaran digital seperti QRIS masih sangat terbatas. Kondisi ini sejalan dengan tantangan umum digitalisasi UMKM di Indonesia, yaitu rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, serta kekhawatiran terhadap risiko keamanan transaksi digital, khususnya pada kelompok pelaku usaha lanjut usia.

Selain aspek transaksi digital, permasalahan lain yang teridentifikasi adalah minimnya identitas visual usaha yang profesional. Banyak UMKM di kawasan Lembah Damai belum memiliki logo usaha, spanduk yang representatif, maupun katalog menu yang informatif. Padahal, identitas visual yang baik terbukti berkontribusi terhadap peningkatan daya saing dan kepercayaan konsumen terhadap suatu usaha. Di sisi lain, keterlihatan lokasi usaha pada platform digital seperti Google Maps juga menjadi faktor penting dalam

memperluas jangkauan pasar, terutama bagi konsumen baru yang mengandalkan pencarian daring untuk menemukan produk atau jasa di sekitar tempat tinggalnya.

Di luar permasalahan pada sisi pelaku usaha, hasil observasi awal di kawasan Lembah Damai juga menunjukkan adanya kebutuhan mendesak pada sisi konsumen, khususnya terkait keterjangkauan kebutuhan sandang. Sebagian warga, terutama kelompok rumah tangga berpenghasilan menengah ke bawah, menghadapi keterbatasan daya beli untuk memenuhi kebutuhan pakaian layak pakai secara berkala. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pemberdayaan masyarakat tidak dapat hanya difokuskan pada penguatan sisi produsen (UMKM), tetapi juga perlu menyentuh sisi konsumen agar manfaat program pengabdian dirasakan secara lebih menyeluruh oleh masyarakat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dilaksanakan tiga program pemberdayaan masyarakat di kawasan Lembah Damai sebagai bagian dari kegiatan KKN Berdampak. Pertama, program UMKM Go Digital yang berfokus pada penyediaan dan pendampingan penggunaan QRIS, diimplementasikan pada enam mitra UMKM, yaitu Kue Zahwa, AZ Laundry, Ayam Potong Evra Jaya, Soto Gojheng, Kedai Sarapan Bu Gus, dan Kedai Uwo. Kedua, program Rise and Growth yang berfokus pada pembuatan logo usaha, spanduk usaha, katalog menu, dan pendaftaran usaha pada Google Maps, diimplementasikan pada lima mitra UMKM di antara keenam mitra tersebut, yaitu Kue Zahwa, AZ Laundry, Ayam Potong Evra Jaya, Soto Gojheng, dan Kedai Sarapan Bu Gus. Ketiga, program Bazar Baju Murah yang berfokus pada penyediaan pakaian layak dan terjangkau, meliputi baju, celana, dan tas, bagi masyarakat umum di kawasan Lembah Damai. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan hasil survei kondisi UMKM di RW 01, RW 05, dan RW 08, serta mengevaluasi proses dan hasil implementasi ketiga program tersebut sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat berbasis komunitas dalam kerangka KKN Berdampak.

Metode Pelaksanaan

Program pengabdian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi UMKM dan masyarakat secara mendalam serta proses implementasi program pemberdayaan yang dilaksanakan dalam kerangka KKN Berdampak. Lokasi penelitian berada di kawasan Lembah Damai, dengan cakupan survei pada tiga wilayah rukun warga (RW), yaitu RW 01, RW 05, dan RW 08. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan kepadatan dan keragaman pelaku UMKM, serta karakteristik sosial-ekonomi warga di ketiga wilayah tersebut.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, observasi lapangan dilakukan untuk mengamati secara langsung kondisi fisik tempat usaha, jam operasional, sistem pembayaran yang digunakan oleh pelaku UMKM, serta kondisi sosial ekonomi warga sekitar sebagai dasar penentuan sasaran program Bazar Baju Murah. Kedua, wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada pelaku UMKM untuk menggali informasi mengenai lama usaha berjalan, kendala yang dihadapi, sistem pencatatan keuangan, kepemilikan akun perbankan digital, serta kesediaan pelaku usaha untuk difasilitasi pembuatan QRIS. Ketiga, dokumentasi dilakukan dengan mengambil foto kondisi usaha maupun kegiatan bazar sebagai data pendukung sekaligus bahan dasar untuk perancangan materi visual pada program Rise and Growth dan pelaporan kegiatan Bazar Baju Murah.

Data yang diperoleh dari survei kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memetakan kondisi umum UMKM di kawasan Lembah Damai, meliputi aspek sistem pembayaran, literasi digital, dan identitas visual usaha. Hasil pemetaan tersebut menjadi dasar dalam menentukan mitra UMKM yang menjadi sasaran program, serta menentukan bentuk intervensi yang sesuai dengan kebutuhan dan kesiapan masing-masing pelaku usaha. Selanjutnya, dilakukan implementasi program UMKM Go Digital pada enam mitra terpilih dan program Rise and Growth pada lima di antara mitra tersebut, yang kemudian dievaluasi secara deskriptif berdasarkan luaran yang dihasilkan, yaitu ketersediaan QRIS, logo usaha, spanduk, katalog menu, dan pendaftaran pada Google Maps. Sebagai pelengkap, dilaksanakan pula program Bazar Baju Murah yang dievaluasi berdasarkan jenis dan jumlah barang yang disediakan, tingkat partisipasi warga, serta respons masyarakat terhadap kegiatan tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Hasil survei terhadap pelaku UMKM di RW 01, RW 05, dan RW 08 menunjukkan gambaran umum bahwa mayoritas usaha yang ada merupakan usaha keluarga yang telah berjalan dalam rentang waktu bervariasi, mulai dari beberapa tahun hingga lebih dari tiga puluh tahun. Sebagian besar usaha bergerak di bidang kuliner, seperti penjualan gorengan, kue basah, soto, dan nasi kuning, sementara sebagian lainnya bergerak di bidang jasa, seperti reparasi barang elektronik dan laundry, serta perdagangan bahan pangan seperti ayam potong.

Dari sisi sistem pembayaran, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan transaksi tunai secara eksklusif. Beberapa pelaku usaha menyatakan keengganan untuk mengadopsi QRIS dengan alasan minimnya permintaan konsumen terhadap metode pembayaran digital di lingkungan sekitar tempat usaha. Pada kelompok pelaku usaha lanjut usia, ditemukan pola yang khas, yaitu kekhawatiran terhadap potensi penipuan digital menjadi faktor penghambat utama dalam mengadopsi layanan perbankan digital, meskipun sebagian di antaranya sebenarnya telah memiliki akun bank digital yang jarang digunakan secara aktif.

Sementara itu, pada kelompok pelaku usaha yang lebih terbuka terhadap digitalisasi, ditemukan bahwa sebagian sudah memiliki QRIS namun belum dimanfaatkan secara optimal, misalnya QRIS yang belum diterbitkan secara resmi atau QRIS yang hanya tersimpan pada aplikasi telepon genggam tanpa ditampilkan secara fisik di tempat usaha. Selain itu, dari sisi identitas visual usaha, hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas UMKM belum memiliki logo usaha yang baku, spanduk yang representatif, maupun katalog menu yang tersusun secara sistematis, sehingga identitas usaha cenderung mengandalkan spanduk yang telah lama terpasang atau bahkan tidak memiliki penanda usaha yang jelas.

Secara lebih rinci, survei yang dilakukan berhasil memetakan dua belas pelaku UMKM di kawasan Lembah Damai dengan karakteristik usaha, lama usaha, sistem pembayaran, dan status kepemilikan QRIS yang bervariasi, sebagaimana direkapitulasi pada Tabel 1.

***Tabel 1**. Rekapitulasi Hasil Survei UMKM di RW 01, RW 05, dan RW 08*

No.	Pelaku/Nama	Jenis Usaha	Lama Usaha	Sistem Pembayaran	Status QRIS	Catatan/Kendala
1	UMKM keluarga (usaha turun temurun sejak pemilik duduk di bangku sekolah)	Perdagangan harian	Lebih dari 10 tahun	Tunai	Belum ada	Pemilik lanjut usia enggan bertransaksi digital karena khawatir penipuan, meskipun telah memiliki rekening bank digital
2	Ibu Izil	Gorengan dan kue basah	Tidak disebutkan	Tunai	Belum ada	Skala produksi terbatas, operasional hanya berlangsung pada pagi hari
3	Ibu Dewi	Jasa servis elektronik	± 2 tahun (pasca pensiun)	Tunai	Belum ada	Barang service diantar langsung ke lokasi pelanggan, jam operasional fleksibel
4	Pak Zulfani	Kuliner sore hari	Tidak disebutkan	Tunai	Belum ada	Menilai pembuatan QRIS memberatkan; permintaan QRIS di lingkungan sekitar dinilai rendah
5	Pak Edi	Kuliner (sejak 1990)	± 34 tahun	Tunai	Belum ada	Dikelola sendiri oleh pemilik, operasional subuh hingga malam hari
6	UMKM pasar kaget (usaha suami istri)	Kuliner malam/ pasar kaget	± 10 tahun	Tunai dan dompet digital (GoPay)	Sudah dibuat, belum diterbitkan	Belum terdaftar pada layanan pesan-antar (ShopeeFood/ GoFood)
7	Ibu Eli	Kuliner	± 30 tahun	Tunai	Belum diperlukan	Usaha keluarga yang dibantu oleh anak; menilai QRIS belum dibutuhkan
8	Bu Sarmina & Bu Melani (Soto Gojheng)	Kuliner — soto	± 10 tahun	Tunai, QRIS, dan GoFood	Sudah ada, belum ditampilkan fisik	Peningkatan penjualan lebih dari 50%; belum memiliki logo dan katalog
9	Bu Gusnita (Kedai Sarapan Bu Gus)	Kuliner sarapan	Tidak disebutkan	Tunai dan QRIS	Sudah ada	Belum memiliki media sosial usaha
10	Ibu Via (Kedai Uwo)	Kuliner	± 10 tahun	Tunai	Belum ada	Operasional pagi hingga malam hari; usaha pindah lokasi
11	Pak Dodi Syaputra (Ayam Potong Evra Jaya)	Perdaga ngan ayam potong	Berdiri 2005, sempat vakum	Tunai dan transfer bank	Setuju dibuatkan	Kendala permodalan; usaha berjalan dengan skema subsidi silang; pembukuan sudah tertata
12	Ibu Zely (AZ Laundry)	Jasa laundry	Sejak 2017	Tunai dan transfer bank	Setuju dibuatkan	Omzet meningkat pada masa pandemi; pernah membuka cabang namun gagal bertahan

Sumber: Hasil survei lapangan di RW 01, RW 05, dan RW 08, kawasan Lembah Damai

Data pada Tabel 1 memperlihatkan pola yang konsisten dengan temuan kualitatif sebelumnya. Pelaku usaha yang telah menjalankan usahanya dalam jangka waktu lama, seperti Pak Edi (sejak 1990) dan Ibu Eli (sekitar tiga puluh tahun), cenderung mempertahankan sistem pembayaran tunai dan belum merasa perlu beralih ke QRIS, dengan alasan kebiasaan pelanggan serta minimnya permintaan transaksi nontunai di lingkungan usaha masing-masing. Pola serupa juga ditemukan pada usaha milik Pak Zulfani, yang secara eksplisit menyatakan bahwa pembuatan QRIS dinilai memberatkan karena tidak ada pelanggan di sekitar lokasi usahanya yang menggunakan metode pembayaran tersebut. Sementara itu, pada UMKM keluarga generasi kedua yang telah memiliki rekening bank digital, ditemukan bahwa kepemilikan akun digital tidak sertamerta diikuti oleh penggunaan aktif, karena pemilik usaha yang telah berusia lanjut mengaku kurang memahami cara pengoperasiannya dan khawatir menjadi korban penipuan daring.

Di sisi lain, ditemukan pula kelompok UMKM yang secara prinsip sudah terbuka terhadap ekosistem digital namun belum optimal memanfaatkannya. Usaha pasar kaget yang dikelola oleh pasangan suami istri, misalnya, telah membuat QRIS namun belum menerbitkannya secara resmi, serta telah memiliki aplikasi dompet digital tanpa mendaftarkan usahanya pada layanan pesan-antar makanan daring. Kondisi yang hampir serupa juga terjadi pada usaha Ibu Dewi, yang meskipun tidak menggunakan sistem pembayaran digital, telah menerapkan pola layanan yang fleksibel dengan mengantar langsung barang service ke pelanggan tanpa terikat jam operasional yang kaku. Temuantemuan pada Tabel 1 inilah yang selanjutnya menjadi dasar pertimbangan dalam menentukan mitra prioritas program UMKM Go Digital dan Rise and Growth, dengan memperhatikan tingkat kesediaan dan kesiapan masing-masing pelaku usaha.

Implementasi Program UMKM Go Digital

Program UMKM Go Digital dirancang untuk menjawab permasalahan rendahnya adopsi sistem pembayaran digital di kalangan pelaku UMKM Lembah Damai. Program ini difokuskan pada penyediaan QRIS bagi pelaku usaha yang menyatakan kesediaannya, disertai dengan pendampingan dasar mengenai cara kerja dan manfaat QRIS. Pendekatan yang digunakan bersifat persuasif dan edukatif, mengingat ditemukan kekhawatiran yang cukup besar terhadap risiko penipuan digital, khususnya pada pelaku usaha lanjut usia.

Program ini diimplementasikan pada enam mitra UMKM, yaitu Kue Zahwa, AZ Laundry, Ayam Potong Evra Jaya, Soto Gojheng, Kedai Sarapan Bu Gus, dan Kedai Uwo, dengan dua bentuk intervensi yang disesuaikan dengan kondisi awal kepemilikan QRIS pada masing-masing usaha sebagaimana telah terpetakan pada Tabel 1.



***Gambar 1**. UMKM Go Digital*

Pada kelompok pertama, empat mitra UMKM yang sebelumnya sama sekali belum memiliki QRIS, yaitu Kue Zahwa, AZ Laundry, Ayam Potong Evra Jaya, dan Kedai Uwo, difasilitasi pembuatan QRIS dari tahap awal hingga siap digunakan sebagai media pembayaran nontunai. Bagi Ayam Potong Evra Jaya, pembuatan QRIS dilakukan bersamaan dengan penataan sistem pencatatan keuangan usaha, mengingat pelaku usaha telah memiliki kebiasaan pembukuan sederhana terkait barang masuk, barang keluar, serta pendapatan usaha, sehingga QRIS menjadi pelengkap sistem transaksi yang sudah cukup tertata. Bagi AZ Laundry, pembuatan QRIS menjadi pelengkap dari sistem pembayaran yang sebelumnya sudah mencakup transaksi tunai dan transfer antarbank, sehingga penambahan QRIS diharapkan dapat memperluas kemudahan transaksi bagi konsumen. Sementara itu, Kue Zahwa dan Kedai Uwo, yang sebelumnya sepenuhnya bertransaksi secara tunai tanpa satu pun opsi pembayaran digital, memperoleh pendampingan pembuatan QRIS sebagai langkah awal perkenalan sistem pembayaran nontunai sekaligus edukasi dasar mengenai cara kerja dan keamanan transaksi QRIS bagi pemilik usaha.

Pada kelompok kedua, dua mitra UMKM yang sebelumnya telah memiliki QRIS namun belum dimanfaatkan secara optimal, yaitu Soto Gojheng dan Kedai Sarapan Bu Gus, memperoleh pendampingan berupa pencetakan ulang QRIS agar dapat dipajang secara fisik di lokasi usaha. Sebelumnya, QRIS pada kedua usaha tersebut hanya tersimpan pada aplikasi telepon genggam tanpa ditampilkan kepada konsumen, sehingga keberadaannya belum banyak diketahui. Langkah pencetakan ulang ini dinilai penting karena keterlihatan QRIS secara fisik di lokasi usaha berkontribusi signifikan terhadap tingkat penggunaannya oleh konsumen.

Implementasi Program Rise and Growth

Program Rise and Growth berfokus pada penguatan identitas visual dan keterlihatan usaha melalui empat jenis intervensi yang tersedia, yaitu pembuatan logo usaha, pembuatan desain spanduk usaha, penyusunan katalog menu, dan pendampingan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps. Berbeda dengan pendekatan yang menyeragamkan seluruh bentuk intervensi kepada setiap mitra, program ini dirancang secara terdiferensiasi (needs-based), yaitu setiap mitra hanya menerima satu bentuk intervensi utama yang paling relevan dengan kesenjangan (gap) paling mendesak yang

teridentifikasi pada saat survei. Pendekatan ini dipilih agar sumber daya pendampingan dapat dialokasikan secara lebih tepat sasaran, mengingat setiap UMKM memiliki tingkat kesiapan dan kebutuhan yang berbeda-beda, sebagaimana telah terpetakan pada Tabel 1. Program ini dilaksanakan pada lima mitra UMKM, sebagaimana diuraikan berikut.

1. *Kue Zahwa (Pembuatan Logo Usaha)*

   Sebagai usaha kuliner rumahan yang memproduksi gorengan dan kue basah, Kue Zahwa sebelumnya sama sekali belum memiliki identitas visual yang baku, sehingga produk sulit dikenali dan dibedakan dari produk sejenis di lingkungan sekitar. Proses pembuatan logo diawali dengan penggalian karakter usaha (jenis produk, kesan yang ingin ditonjolkan, serta target konsumen), dilanjutkan dengan perancangan beberapa alternatif desain, diskusi dan revisi bersama pemilik usaha, hingga akhirnya dihasilkan satu logo final dalam format digital yang siap digunakan pada kemasan produk maupun materi promosi lain di kemudian hari.

2. *AZ Laundry (Pembuatan Desain Spanduk Usaha)*

   Spanduk yang terpasang di lokasi usaha AZ Laundry dinilai sudah kurang representatif untuk mendukung citra usaha yang omzetnya terus meningkat sejak masa pandemi. Intervensi difokuskan pada perancangan ulang desain spanduk yang lebih rapi dan informatif, mencantumkan nama usaha, jenis layanan, serta kontak yang dapat dihubungi. Desain yang telah dirancang selanjutnya diajukan kepada pemilik usaha untuk dipertimbangkan, dengan mekanisme pencetakan dan pemasangan baru akan dilakukan setelah desain tersebut mendapatkan persetujuan resmi dari pemilik.

3. *Ayam Potong Evra Jaya (Pembuatan Desain Spanduk Usaha dan Pencetakan)*

   Berbeda dengan AZ Laundry, intervensi pada mitra ini dilaksanakan hingga tahap akhir, yaitu pencetakan dan pemasangan spanduk secara langsung di lokasi usaha. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Ayam Potong Evra Jaya merupakan usaha yang telah berjalan sejak tahun 2005 namun belum pernah memiliki penanda usaha yang permanen, sehingga keterlihatan usaha di lingkungan sekitar dinilai perlu segera diperkuat. Spanduk yang dicetak memuat identitas usaha serta informasi produk utama, sehingga dapat langsung dimanfaatkan oleh pemilik usaha untuk menarik perhatian calon pembeli yang melintas di sekitar lokasi.

4. *Soto Gojheng (Pembuatan Katalog Menu)*

   Soto Gojheng merupakan usaha yang telah menunjukkan performa penjualan yang baik, dengan peningkatan lebih dari lima puluh persen serta telah memanfaatkan media sosial dan layanan pesan-antar daring. Meskipun demikian, usaha ini belum memiliki katalog menu yang tersusun secara sistematis, sehingga variasi produk yang ditawarkan belum tersampaikan secara optimal kepada konsumen, baik yang datang langsung maupun yang memesan secara daring. Intervensi difokuskan pada penyusunan katalog menu yang memuat daftar varian soto beserta harga, sehingga dapat digunakan baik sebagai media cetak di lokasi usaha maupun sebagai referensi konten untuk platform pesan-antar.

5. *Kedai Sarapan Bu Gus (Pendampingan Pendaftaran Google Maps)*

Kedai Sarapan Bu Gus tercatat belum memiliki media sosial maupun jejak digital apa pun, meskipun telah beberapa kali berpindah lokasi usaha. Kondisi ini berisiko membuat usaha sulit ditemukan oleh calon konsumen baru yang tidak berasal dari lingkungan terdekat. Intervensi yang diberikan berupa pendampingan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, meliputi penentuan titik koordinat yang akurat, pengisian kategori usaha, jam operasional, serta unggahan foto tempat usaha, sehingga usaha ini dapat langsung muncul pada hasil pencarian lokasi berbasis daring.



***Gambar 2**. Rise and Growth UMKM*

Pendekatan intervensi yang terdiferensiasi tersebut mencerminkan prinsip pemberdayaan berbasis kebutuhan (*needs-based empowerment*), yakni bantuan yang diberikan tidak bersifat seragam atau generik, melainkan disesuaikan dengan titik lemah spesifik pada masing-masing usaha. Kue Zahwa memperoleh intervensi logo usaha karena belum memiliki identitas visual sama sekali, sementara AZ Laundry dan Ayam Potong Evra Jaya sama-sama menerima intervensi spanduk usaha namun pada tahapan yang berbeda: spanduk Ayam Potong Evra Jaya langsung dicetak dan dipasang, sedangkan desain spanduk AZ Laundry masih menunggu persetujuan pemilik usaha sebelum dicetak. Soto Gojheng, yang telah memiliki media sosial dan mengalami pertumbuhan penjualan, lebih membutuhkan dokumentasi produk yang terstruktur melalui katalog menu, sementara Kedai Sarapan Bu Gus yang sama sekali belum memiliki jejak digital diprioritaskan pada pendaftaran lokasi usaha di Google Maps agar dapat ditemukan oleh calon konsumen baru. Pola ini menunjukkan bahwa efektivitas program pendampingan UMKM tidak semata-mata ditentukan oleh banyaknya jenis intervensi yang diberikan, melainkan oleh ketepatan intervensi tersebut dalam menjawab kebutuhan riil setiap pelaku usaha.

Program Bazar Baju Murah: Penguatan Konsumsi Berkelanjutan Masyarakat

Selain program UMKM Go Digital dan Rise and Growth yang diarahkan untuk memperkuat sisi produsen dalam ekosistem ekonomi lokal, program Bazar Baju Murah dirancang sebagai intervensi edukatif yang menyasar sisi konsumen, dengan fokus utama menumbuhkan kesadaran warga akan pentingnya pola konsumsi pakaian yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Program ini dilandasi oleh temuan lapangan

bahwa kebiasaan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sandang masih didominasi oleh pola konsumsi konvensional, yaitu kecenderungan membeli pakaian baru tanpa mempertimbangkan pemanfaatan kembali barang layak pakai yang sesungguhnya masih tersedia di lingkungan sekitar. Melalui pendekatan *reuse* (penggunaan kembali), Bazar Baju Murah tidak hanya menyediakan akses pakaian terjangkau, tetapi juga menjadi media edukasi langsung yang memperkenalkan warga pada prinsip konsumsi berkelanjutan (*sustainable consumption*) sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari.



Gambar 3. *Bazar Baju Murah*

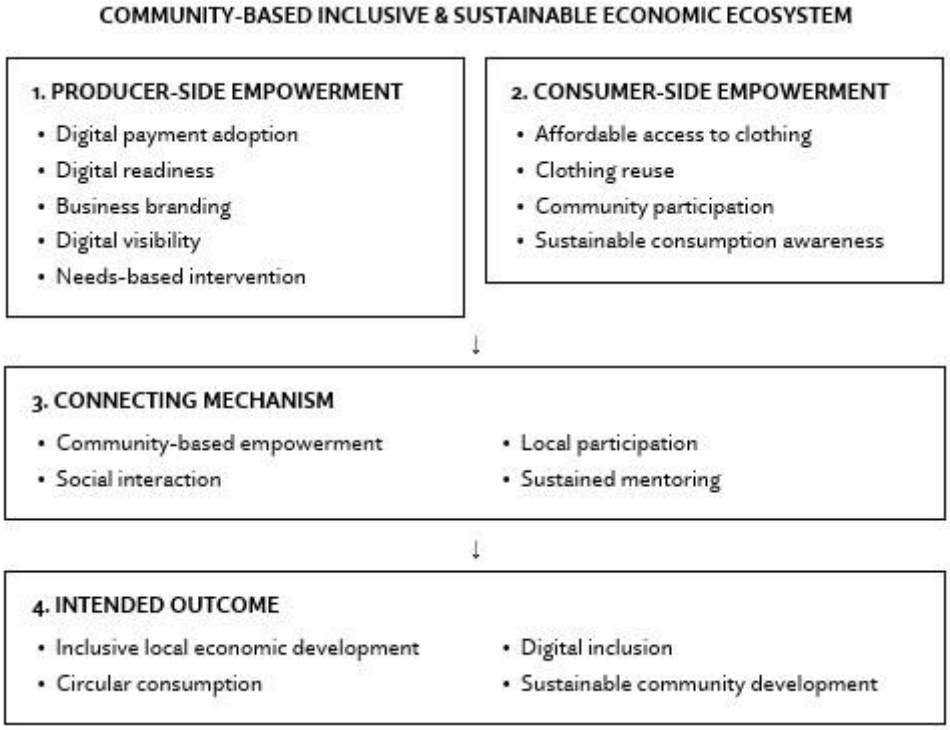
Secara teknis, Bazar Baju Murah menyediakan berbagai jenis pakaian layak pakai dengan harga jauh di bawah harga pasar, meliputi baju, celana, dan tas, yang seluruhnya dihimpun melalui penggalangan donasi dari mahasiswa dan warga sekitar. Proses penggalangan donasi ini sekaligus menjadi momen edukasi awal, karena warga diajak untuk menyumbangkan pakaian layak pakai yang sudah tidak terpakai, alih-alih membiarkannya menumpuk atau membuangnya begitu saja. Barang-barang yang terkumpul kemudian disortir, dibersihkan, dan dikelompokkan berdasarkan jenis dan ukuran, sebelum dipamerkan pada hari pelaksanaan bazar yang diselenggarakan secara terbuka di ruang publik kawasan Lembah Damai. Pada pelaksanaannya, kegiatan turut dilengkapi dengan penyampaian informasi sederhana kepada pengunjung mengenai dampak limbah tekstil terhadap lingkungan serta manfaat memperpanjang usia pakai suatu pakaian, sehingga bazar tidak semata berfungsi sebagai ruang transaksi, tetapi juga sebagai ruang belajar bersama mengenai konsumsi yang lebih bijak.

Selain berfungsi sebagai sarana pemenuhan kebutuhan sandang dengan harga terjangkau, Bazar Baju Murah juga berperan sebagai ruang interaksi sosial yang mempertemukan warga lintas RW, termasuk RW 01, RW 05, dan RW 08 yang sebelumnya menjadi lokasi survei UMKM, sekaligus menjadi ruang penguatan kesadaran kolektif akan pentingnya konsumsi berkelanjutan di tingkat rumah tangga. Interaksi yang terbangun selama kegiatan diarahkan untuk mendorong perubahan perilaku warga secara bertahap, dari pola konsumsi yang berorientasi pada barang baru menuju pola konsumsi yang lebih memperhatikan siklus pemanfaatan kembali (reuse) barang layak pakai. Dengan demikian, program Bazar Baju Murah tidak hanya melengkapi program UMKM Go Digital dan Rise and Growth dalam satu rangkaian kegiatan KKN Berdampak, tetapi juga

berkontribusi menanamkan kesadaran konsumsi berkelanjutan yang diharapkan dapat terus dipraktikkan secara mandiri oleh warga setelah masa pengabdian berakhir.

Kerangka Ekosistem Ekonomi Lokal yang Inklusif dan Berkelanjutan

Untuk mensintesiskan keterkaitan antara ketiga program pengabdian, yaitu UMKM Go Digital, Rise and Growth, dan Bazar Baju Murah, penelitian ini merumuskan sebuah kerangka konseptual yang disebut *Community-Based Inclusive* & *Sustainable Economic Ecosystem*, sebagaimana disajikan pada Gambar 1. Kerangka ini menggambarkan bahwa pemberdayaan pada sisi produsen (UMKM) dan sisi konsumen (masyarakat umum) tidak berjalan secara terpisah, melainkan saling terhubung melalui mekanisme berbasis komunitas, sehingga bermuara pada satu tujuan akhir yang sama, yaitu pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.



***Gambar 4**. Kerangka Community-Based Inclusive & Sustainable Economic Ecosystem*

Dimensi pertama, *Producer-side Empowerment*, mencakup seluruh intervensi yang menyasar pelaku UMKM sebagai produsen, meliputi *Digital payment adoption* melalui pembuatan QRIS dari tahap awal pada Kue Zahwa, AZ Laundry, Ayam Potong Evra Jaya, dan Kedai Uwo; *Digital readiness* melalui pencetakan ulang QRIS agar tampil secara fisik di lokasi usaha Soto Gojheng dan Kedai Sarapan Bu Gus; *Business branding* melalui pembuatan logo usaha Kue Zahwa serta desain spanduk usaha AZ Laundry dan Ayam Potong Evra Jaya; *Digital visibility* melalui pendampingan pendaftaran Google Maps bagi Kedai Sarapan Bu Gus serta penyusunan katalog menu Soto Gojheng; *dan Needs-based intervention*, yaitu prinsip pemberian bantuan yang disesuaikan dengan kesenjangan spesifik setiap mitra sebagaimana telah diuraikan pada subbagian sebelumnya.

Dimensi kedua, *Consumer-side Empowerment*, terwujud melalui program Bazar Baju Murah, yang memberikan *Affordable access to clothing* bagi warga berpenghasilan

menengah ke bawah; menerapkan prinsip *Clothing reuse* melalui penghimpunan donasi pakaian layak pakai alih-alih mendorong konsumsi barang baru; melibatkan *Community participation* dari mahasiswa, dosen pembimbing lapangan, dan warga sekitar, baik sebagai donor maupun pengunjung; serta menumbuhkan *Sustainable consumption awareness*, yaitu kesadaran akan pentingnya pemanfaatan kembali barang layak pakai sebagai bagian dari pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Dimensi ketiga, *Connecting Mechanism*, merupakan penghubung antara pemberdayaan sisi produsen dan sisi konsumen, yang terwujud melalui *Community-based empowerment* sebagai landasan filosofis kegiatan KKN Berdampak; *Local participation* warga RW 01, RW 05, dan RW 08 dalam proses survei maupun pelaksanaan program; *Social interaction* yang terbangun pada momentum pelaksanaan Bazar Baju Murah sebagai ruang temu lintas RW; serta *Sustained mentoring* yang diberikan secara berkelanjutan, khususnya kepada pelaku UMKM lanjut usia yang membutuhkan pendekatan lebih personal.

Dimensi keempat, *Intended Outcome*, merupakan capaian jangka panjang yang diharapkan dari keseluruhan rangkaian program, meliputi *Inclusive local economic development* yang menyasar baik produsen maupun konsumen secara seimbang; *Digital inclusion* bagi pelaku UMKM yang sebelumnya belum terjangkau layanan keuangan digital; *Circular consumption* yang terbangun melalui budaya penggunaan kembali pakaian layak pakai; serta *Sustainable community development* sebagai tujuan akhir yang menempatkan keberlanjutan sebagai prinsip utama dalam setiap rancangan program pengabdian.

Kerangka ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengabdian masyarakat berbasis KKN Berdampak tidak dapat diukur hanya dari banyaknya luaran teknis yang dihasilkan, melainkan dari sejauh mana intervensi-intervensi tersebut saling terhubung dalam satu ekosistem yang inklusif dan berkelanjutan. Model *Community-Based Inclusive & Sustainable Economic Ecosystem* ini diharapkan dapat menjadi rujukan konseptual bagi pelaksanaan KKN Berdampak di kawasan permukiman lain dengan karakteristik sosial ekonomi yang serupa.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil survei dan implementasi program pemberdayaan masyarakat di kawasan Lembah Damai dalam kerangka Kuliah Kerja Nyata (KKN) Berdampak, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di RW 01, RW 05, dan RW 08 masih bergantung pada sistem pembayaran tunai, dengan tantangan utama berupa rendahnya literasi digital dan kekhawatiran terhadap risiko penipuan pada kelompok pelaku usaha lanjut usia, serta minimnya identitas visual usaha yang terstandardisasi. Di sisi lain, sebagian warga juga menghadapi keterbatasan daya beli untuk memenuhi kebutuhan sandang sehari-hari. Program UMKM Go Digital berhasil memfasilitasi penyediaan dan penguatan penggunaan QRIS pada enam mitra UMKM, yaitu Kue Zahwa, AZ Laundry, Ayam Potong Evra Jaya, Soto Gojheng, Kedai Sarapan Bu Gus, dan Kedai Uwo, sementara program Rise and Growth berhasil memperkuat identitas visual usaha melalui pembuatan logo, spanduk, katalog menu, dan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps bagi lima di antara mitra tersebut, yaitu Kue Zahwa, AZ Laundry, Ayam Potong Evra Jaya, Soto Gojheng, dan Kedai Sarapan Bu Gus. Program Bazar Baju Murah turut berhasil

menyediakan akses pakaian layak dan terjangkau, meliputi baju, celana, dan tas, bagi masyarakat umum di kawasan tersebut.

Ketiga program tersebut memberikan kontribusi positif yang saling melengkapi, baik terhadap kesiapan transaksi digital dan citra usaha mitra UMKM, maupun terhadap peningkatan akses masyarakat terhadap kebutuhan sandang serta penguatan interaksi sosial antarwarga. Sintesis dari ketiga program tersebut dirumuskan dalam kerangka konseptual *Community-Based Inclusive* & *Sustainable Economic Ecosystem*, yang menegaskan bahwa kegiatan KKN Berdampak dapat dirancang secara holistik dengan menyasar baik sisi produsen maupun sisi konsumen dalam satu ekosistem pemberdayaan ekonomi lokal yang saling terhubung melalui mekanisme berbasis komunitas. Keberlanjutan ketiga program tersebut memerlukan pendampingan lanjutan, khususnya bagi pelaku usaha lanjut usia yang masih memiliki resistensi terhadap teknologi digital, serta keterlibatan aktif lembaga lokal seperti karang taruna atau PKK untuk melanjutkan kegiatan sejenis Bazar Baju Murah secara berkala. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari implementasi QRIS dan branding usaha terhadap peningkatan omzet UMKM secara kuantitatif, mengkaji strategi pendampingan digital yang lebih inklusif bagi kelompok pelaku usaha lanjut usia, serta menguji validitas kerangka *Community-Based Inclusive* & *Sustainable Economic Ecosystem* pada konteks KKN Berdampak lain yang memiliki karakteristik sosial-ekonomi berbeda.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh warga dan anak-anak Lembah Damai yang telah berpartisipasi aktif sebagai ko-peneliti dan ko-implementor dalam program ini. Penghargaan khusus disampaikan kepada pengurus rumah mengaji, tokoh masyarakat, dan orang tua yang telah membuka ruang dan kepercayaan bagi terlaksananya program. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada FISIP selaku penyelenggara program FISIP Berdampak untuk Negeri atas dukungan institusional dan akademik yang diberikan. Tim 2 Kukerta FISIP Berdampak untuk Negeri juga mengucapkan terimakasih kepada Dosen Pendamping Lapangan (DPL) yang telah bekerja sama dengan Kelurahan Lembah Damai dalam upaya membantu terlaksananya kegiatan Kukerta dan Pengabdian kepada Masyarakat setempat.

Referensi

Bank Indonesia. (2023). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS): Panduan implementasi sistem pembayaran digital bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Jakarta: Bank Indonesia.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). Statistik dan perkembangan digitalisasi UMKM di Indonesia. Jakarta: KemenkopUKM.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2023). Panduan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Berdampak dalam kerangka Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Jakarta: Kemendikbudristek.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Purwanto, A., & Sari, D. (2022). Literasi digital dan adopsi sistem pembayaran nontunai pada usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 5*(2), 112–124.

Rahmawati, N., & Hidayat, T. (2021). Peran branding dan identitas visual terhadap daya saing usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 9*(1), 45–58.

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif. Bandung: Alfabeta.