

PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI EDUKASI DIGITAL DAN BRANDING USAHA : STUDI KASUS “LES LAUNDRY” DI DESA MEDAHAN

I Gusti Ayu Agung Sintha Satwika¹⁾, Made Santana Putra Adiyadnya²⁾, Ni
Komang Indah Febrianti³⁾, Ni Putu Mega Sintya Dewi⁴⁾

^{1,2,3,4)}Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: agungsintha@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan media digital serta penguatan identitas usaha. Program ini dilaksanakan pada usaha “Les Laundry” yang berlokasi di Banjar Anggarkasih, Desa Medahan, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah terbatasnya sistem pemasaran yang masih konvensional, belum optimalnya pemanfaatan media digital, serta kurangnya identitas visual usaha. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tahap observasi, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Bentuk kegiatan yang dilakukan antara lain pembuatan akun media sosial, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pemberian edukasi terkait promosi digital, serta pembuatan dan pemasangan banner sebagai media branding usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Selain itu, keberadaan akun media sosial dan titik lokasi pada Google Maps mempermudah akses informasi bagi pelanggan, serta pemasangan banner mampu meningkatkan visibilitas dan identitas usaha. Dengan demikian, program ini memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha “Les Laundry” serta menjadi salah satu upaya nyata dalam pemberdayaan UMKM berbasis digital di tingkat desa.

Kata Kunci: UMKM, media digital, promosi, branding, pengabdian masyarakat

ANALISIS SITUASI

Desa Medahan merupakan salah satu desa di Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar, Bali. Terletak di selatan Bali, desa ini dikenal sebagai wilayah agraris dan berkembang menjadi sentra pertanian. Desa ini memiliki potensi pertanian dan pariwisata pantai, serta berbatasan langsung dengan Samudera Hindia di sebelah selatan selain potensi pertanian dan pariwisata, Desa Medahan juga memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup berkembang.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, serta penciptaan lapangan kerja (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2021). Oleh karena itu, pengembangan dan pemberdayaan UMKM menjadi hal yang sangat penting untuk terus dilakukan, khususnya pada tingkat desa sebagai basis ekonomi masyarakat.

Seiring dengan perkembangan zaman, transformasi digital telah menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dihindari dalam dunia usaha. Penggunaan teknologi informasi dan media digital memberikan peluang yang sangat besar bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing usahanya (Budiarti, 2024). Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Keterbatasan pengetahuan, kurangnya keterampilan dalam penggunaan media digital, serta minimnya pendampingan menjadi beberapa faktor penghambat dalam proses digitalisasi UMKM.

Desa Medahan, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup baik, khususnya dalam sektor UMKM, melalui keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu UMKM yang menjadi sasaran program ini adalah usaha “Les Laundry”. Usaha ini bergerak di bidang jasa pencucian pakaian yang melayani kebutuhan masyarakat sekitar. Hasil observasi awal menunjukkan adanya beberapa kendala dalam usaha ini yaitu bahwa sistem pemasaran yang digunakan masih bersifat konvensional, yaitu mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran menjadi terbatas dan kurang mampu menjangkau calon pelanggan baru secara lebih luas, usaha ini juga belum memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, sehingga peluang untuk meningkatkan eksposur usaha belum dimanfaatkan secara maksimal (Hidayat, 2024). Dari segi branding, usaha “Les Laundry” belum memiliki identitas visual yang memadai. Tidak adanya banner atau papan nama yang jelas di lokasi usaha membuat keberadaan usaha ini kurang terlihat oleh masyarakat sekitar maupun pengguna jalan. Kondisi ini tentu berdampak pada rendahnya daya tarik usaha, terutama bagi calon pelanggan yang belum mengenal usaha tersebut. Padahal, keberadaan media visual seperti banner sangat penting sebagai sarana informasi (Varadisa, 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, adapun upaya pemberdayaan UMKM guna meningkatkan kapasitas pelaku usaha. Dengan melakukan program edukasi pemanfaatan media digital serta penguatan branding usaha melalui pembuatan dan pemasangan banner. Edukasi promosi melalui media digital diharapkan dapat memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada pemilik usaha dalam menggunakan platform digital sebagai sarana promosi (Kotler, 2016). Serta pembuatan banner bertujuan untuk memperkuat identitas usaha serta meningkatkan visibilitas usaha di lingkungan sekitar. Metode yang paling efektif untuk mengubah sikap masyarakat terhadap pengelolaan sampah adalah edukasi publik.

Program ini perlu didukung oleh banyak pihak, termasuk pemerintah desa, komunitas lokal, dan sektor swasta. Dengan bekerja sama, pemangku kepentingan dapat mencapai sistem pengelolaan sampah yang lebih efisien dan berkelanjutan. Agar masyarakat dapat memahami dan menerapkan konsep 3R dalam kehidupan sehari-hari, program ini juga harus disertai dengan pelatihan dan sosialisasi.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi tersebut baik dari observasi maupun wawancara, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan daya tarik dan identitas usaha "Les Laundry" ?
2. Bagaimana meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemilik usaha dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi pada usaha "Les Laundry" ?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka solusi dari target pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Medahan yaitu :

1. Melakukan pembuatan desain dan pemasangan banner usaha "Les Laundry" di Desa Medahan.
2. Mememebuatkan akun media social, pendaftaran titik usaha di maps serta pemberian edukasi penggunaan media digital sebagai sarana promosi kepada pemilik usaha.

METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlangsung selama 4 Maret 2026 sampai dengan 10 April 2026 yang bertempat di Desa Medahan. Pelaksanaan program kerja ini mengenai mengenai pentingnya pentingnya pengelolaan sampah organik dan anorganik sejak dini, penulis memilih metode "Observasi". Metode observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu obyek dalam suatu periode tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati, dimana peneliti Memohon izin kepada Perbekel Desa Buruan dalam melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat keadaan sekitar desa, menganalisis dan merumuskan masalah yang terdapat di daerah desa medahan dan mengajak semua mahasiswa tim pelaksana program pengabdian kepada masyarakat untuk berkumpul dan mengkonfirmasi tujuan program kerja yang akan kita laksanakan sesuai waktu yang telah disepakati.

1. Melakukan Edukasi Promosi Melalui Media Digital Kepada Pelaku Usaha UMKM.

Tim pengabdian masyarakat melakukan edukasi penggunaan media digital dalam membangun dan mempromosikan usaha pada pemilik usaha UMKM Les Laundry. Tujuan dari kegiatan ini yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan media digital untuk dapat meningkatkan profitabilitas usaha.

Tim juga telah membantu pembuatan akun media sosial usaha, seperti Instagram yang digunakan sebagai media promosi. Akun tersebut telah diatur dengan informasi usaha yang lengkap, seperti nama usaha, jenis layanan, alamat, serta kontak yang dapat dihubungi. Selain itu, program ini juga berhasil menambahkan titik lokasi usaha pada

Google Maps, sehingga memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi “Les Laundry”. Dengan adanya fitur ini, usaha menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat, terutama bagi pelanggan baru yang belum mengetahui lokasi usaha secara langsung. Secara keseluruhan, ketercapaian program ini dapat dilihat dari meningkatnya kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital, tersedianya akun media sosial sebagai sarana promosi, serta meningkatnya aksesibilitas usaha melalui Google Maps.



Gambar 1. Edukasi promosi melalui media digital kepada pelaku usaha UMKM

2. Melakukan Pemasangan Banner Pada Usaha Les Laundry

Program pembuatan dan pemasangan banner pada usaha Les Laundry telah terlaksana dengan baik sesuai dengan rencana yang telah disusun. Kegiatan ini diawali dengan proses observasi dan diskusi bersama pemilik usaha untuk menentukan desain banner yang sesuai dengan karakter usaha, meliputi pemilihan warna, informasi yang dicantumkan, serta ukuran banner yang akan digunakan. Selanjutnya, tim melakukan pembuatan desain banner yang memuat informasi penting seperti nama usaha, jenis layanan yang ditawarkan, nomor kontak, serta elemen visual yang menarik. Desain banner disusun dengan mempertimbangkan aspek keterbacaan dan daya tarik visual agar mudah dikenali oleh masyarakat. Setelah proses desain selesai, dilakukan pencetakan banner dan dilanjutkan dengan pemasangan banner di lokasi usaha. Kegiatan ini bertujuan bertujuan untuk meningkatkan serta memperkuat identitas “Les Laundry” sebagai salah satu penyedia jasa di wilayah tersebut. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa usaha “Les Laundry” kini memiliki identitas visual yang lebih jelas dan profesional. Keberadaan banner membantu masyarakat dalam mengenali lokasi usaha dengan lebih mudah, serta meningkatkan daya tarik bagi calon pelanggan.



Gambar 2. Pemasangan banner pada usaha les laundry

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Program Pengelolaan Sampah Berbasis 3r Dengan Rangka Clean Tourism Movement (Gerakan Wisata Bersih) Melalui Pemasangan Papan Edukasi Di Lingkungan Desa Buruan.

1) Sikap

Tingginya partisipasi dan sikap positif masyarakat menjadi faktor utama dalam keberhasilan program. Masyarakat Desa Medahan khususnya mitra program menunjukkan antusiasme dalam mengikuti dan pelaksanaan program kerja.

2) Sarana Dan Prasarana

Selain itu, ketersediaan yang memadai dari sarana dan prasarana memastikan bahwa program berjalan dengan baik. Banner usaha merupakan alat promosi usaha yang dapat efisien meningkatkan branding dan identitas usaha, kemudahan koordinasi dengan mitra dan pihak desa dan dukungan peralatan dari universitas membuat kegiatan berjalan lebih lancar

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai Pemberdayaa UMKM Dengan Pemberian Edukasi Promosi melalui Media Digital dan Pemberian Banner pada Usaha "Les Laundry" Di Banjar Anggarkasih, Desa Medahan, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar. Telah berhasil dilaksanakan berkat dukungan dari berbagai pihak terlibat. Berikut adalah tabel perbandingan sebelum dan sesudah kegiatan program kerja pada usaha Les Laundry. Tabel dibawah ini menyajikan ringkasan hasil dan pencapaian dari kegiatan pengabdian masyarakat:

Tabel 1. Rincian Spesifikasi Program Kerja

Aspek	Sebelum Penggunaan Media Sosial & Banner	Sesudah Penggunaan Media Sosial & Banner
Pemasaran	Mengandalkan promosi dari mulut ke mulut	Menggunakan media sosial sebagai sarana promosi
Jangkauan Pelanggan	Terbatas pada lingkungan sekitar	Lebih luas, dapat menjangkau pelanggan baru

PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR

"Pemberdayaan Masyarakat Melalui KKN Unmas Denpasar Berdampak: Amplifikasi Aksi dalam Pengelolaan Sampah"

Vol.5, No.1 tahun 2026

e-ISSN: 3025-1753, halaman 309-315

Akses Informasi	Informasi usaha sulit ditemukan	Informasi mudah diakses melalui media sosial dan Google Maps
Identitas Usaha (Branding)	Tidak memiliki banner atau identitas visual yang jelas	Memiliki banner yang menarik dan mudah dikenali
Profesionalitas Usaha	Terlihat sederhana dan kurang dikenal	Terlihat lebih profesional dan terpercaya
Kemampuan Digital	Belum memahami penggunaan media digital	Meningkat dalam penggunaan media digital
Daya Tarik Pelanggan	Rendah	Meningkat

Dalam tabel tersebut dapat dilihat perubahan yang terjadi dalam program kerja yang dilaksanakan yaitu "Pemberian Edukasi Promosi melalui Media Digital dan Pemberian Banner pada Usaha "Les Laundry" Di Banjar Anggarkasih, Desa Medahan, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar." Setelah dilaksanakan program kerja tersebut sangat terlihat adanya perkembangan dari mitra usaha dalam perkembangan usahanya

SIMPULAN DAN SARAN

Program pemberdayaan UMKM melalui pemberian edukasi media digital, pembuatan akun sosial media, penambahan titik lokasi pada Google Maps, serta pembuatan dan pemasangan banner pada usaha "Les Laundry" di Banjar Anggarkasih, Desa Medahan, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Pelaksanaan program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Selain itu, adanya akun media sosial dan titik lokasi pada Google Maps mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi serta menemukan lokasi usaha.

Pembuatan dan pemasangan banner juga berhasil meningkatkan identitas visual dan daya tarik usaha di lingkungan sekitar. Partisipasi aktif dari pemilik usaha menjadi salah satu faktor pendukung utama keberhasilan program ini. Antusiasme dan keterbukaan terhadap inovasi menunjukkan adanya kesiapan untuk terus mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan. Dengan demikian, program ini tidak hanya mampu meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha "Les Laundry", tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam upaya pemberdayaan UMKM di tingkat desa. Diharapkan hasil dari program ini dapat terus dikembangkan oleh pelaku usaha serta menjadi inspirasi bagi UMKM lainnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kemajuan usaha

Adapun beberapa saran. Yaitu :

a. Bagi Pemilik Usaha

Diharapkan pemilik usaha dapat secara konsisten memanfaatkan media digital yang telah dibuat, seperti media sosial dan Google Maps, sebagai sarana promosi

dan komunikasi dengan pelanggan.

b. Bagi Pemerintah Desa

Diharapkan pemerintah desa dapat memberikan dukungan berkelanjutan terhadap pengembangan UMKM, baik melalui pelatihan lanjutan, pendampingan, maupun penyediaan fasilitas yang mendukung digitalisasi usaha.

c. Bagi Pelaksana Program Selanjutnya

Diharapkan program serupa dapat dikembangkan lebih luas dengan cakupan yang lebih besar serta waktu pelaksanaan yang lebih panjang, sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih optimal dan berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarti, L. , Mellinia, S. P. , & Fadhila, L. S. ., (2024). Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*.
- Hidayat, M. , & Akbar, I. (2024). Pelatihan digital marketing bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Prabowo, A., Wulandari, A. M., Basuki., Utami, Y. S., Kusumo, Y. W., & Simanjuntak, O. S. (2025). Optimalisasi storytelling visual dalam promosi produk UMKM Omah Bambu Jogja. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UPN “Veteran” Yogyakarta: Kampus Berdampak: Implementasi Heptahelix dalam Transformasi Pengabdian Masyarakat, 154–15*.
- Varadisa, A. Q. , & Ridho, W. F. (2023). Pendampingan digital marketing guna meningkatkan branding UMKM. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.