

Peran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata UPN “Veteran” Jawa Timur Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kelurahan Lidah Wetan

Moch. Rifhan Arifin¹, Chelsi Okmelita Purnomo², Jihan Hasna Iftinan³, Arnita Putri Wulandari⁴, Sheidy Yudhiasta⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
E-mail: rifhanarifin1@gmail.com¹, chelsiokmelitaa@gmail.com²,
jihaniftinan.10@gmail.com³,
arnitawulan@gmail.com⁴, sheidy.par@upnjatim.ac.id⁵

Article History:

Received: 23 Agustus 2025
Revised: 05 September 2025
Accepted: 15 September 2025

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, Teknologi Tepat Guna, UMKM, KKN

Abstrak: Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik oleh kelompok Lentara Asa 90 UPN “Veteran” Jawa Timur dilaksanakan di Kelurahan Lidah Wetan, Surabaya, dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR). Program pengabdian ini mencakup digitalisasi Pasar Ndonowati, pendampingan UMKM, serta pembuatan peta interaktif wilayah. Strategi pemasaran digital meningkatkan eksistensi pasar secara daring, dilanjutkan dengan pembuatan tempat sampah tepat guna. Pendampingan UMKM seperti Kukeria Dida Food, Toko Roti Pak Suherman, dan Toko Sayur Pak Djiin mendorong peningkatan kualitas visual produk, kemasan, dan jangkauan pasar. Pemetaan wilayah berbasis QR code memperkuat literasi spasial masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan kontribusi nyata mahasiswa dalam mendukung pembangunan berkelanjutan di tingkat lokal.

PENDAHULUAN

Mahasiswa sebagai bagian dari civitas akademika memiliki tanggung jawab moral dan intelektual untuk mengaktualisasikan ilmu pengetahuan yang dimiliki melalui pengabdian kepada masyarakat (Yuliani & Arini, 2022). Hal ini sejalan dengan amanat Tri Dharma Perguruan Tinggi, di mana pengabdian menjadi wadah implementasi nyata terhadap berbagai persoalan masyarakat dengan pendekatan partisipatif, transformatif, dan berbasis kebutuhan lokal (Ali et al., 2024.). Mahasiswa berperan sebagai agen perubahan (*agent of change*) yang membawa semangat inovatif dan kolaboratif untuk mengembangkan potensi masyarakat (Napsiyah et al., 2023). Berbagai studi dan praktik pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa intervensi mahasiswa dalam pemberdayaan masyarakat dapat memberikan dampak nyata ketika disertai pendekatan strategis dan berbasis kebutuhan lokal. Misalnya, kegiatan *branding* Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh Kelompok 24 KKN Tematik MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur terhadap sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tercantum dalam jurnal pengabdian masyarakat berjudul “BRANDING UMKM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ECOPRINT ANDIN COLLECTION”

oleh (Nazhif & Nugraha, 2023) menunjukkan pentingnya penguatan identitas produk

melalui desain label yang menarik dan pemanfaatan media digital berupa website penjualan. Hasilnya, strategi ini mampu memperluas jangkauan pemasaran sekaligus meningkatkan daya saing produk lokal.

Kemudian, pada pengabdian masyarakat oleh mahasiswa Akademi Teknik Industri Dewantara Palopo yang memiliki program pemasaran tempat wisata melalui digitalisasi yang selanjutnya disusun dalam jurnal berjudul “Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital di Desa Wisata” disimpulkan bahwa melalui program pengabdian masyarakat oleh mahasiswa, manajemen tempat wisata tersebut dapat memahami pentingnya promosi dan cara mengoptimalkan penggunaan media sosial. Website Desa Wisata dikembangkan untuk mempromosikan berbagai aktivitas wisata, seperti informasi mengenai ketersediaan dan harga homestay, aktivitas pariwisata yang tersedia, produk UMKM yang dapat dibeli sebagai oleh-oleh, hingga kegiatan penting dan berita komunitas lainnya (Siti Fatimah & Siti Khaeratul Mukarramah, 2023). Terakhir, pengabdian masyarakat oleh mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur Kelompok 20 KKNT MBKM menciptakan sebuah inovasi yang kemudian disusun dalam sebuah jurnal berjudul “Pembuatan Teknologi Tepat Guna Sebagai Upaya Memecahkan Permasalahan Lingkungan Di Desa Kedungpari,”. Yang dapat disimpulkan meningkatnya pencemaran lingkungan disebabkan oleh tempat pembuangan sampah yang kurang memadai, maka pembuatan tempat sampah dengan sebuah inovasi dengan memanfaatkan bahan bekas seperti ban sangat diperlukan. Pembuatan alat tersebut mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya pembuangan sampah pada tempatnya dan pembuatannya pun menggunakan bahan bekas yang dapat menekan anggaran biaya (Agung Satria Bimantara & Farhan Kusuma Waradana, 2023). Temuan tersebut memperkuat urgensi akan peran mahasiswa dalam memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat melalui pendekatan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan strategi pemasaran modern (Nazhif & Nugraha, 2023).

Beberapa permasalahan muncul di Kelurahan Lidah Wetan antara lain adalah lemahnya daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal akibat kurangnya strategi branding dan pemasaran digital, pendampingan mahasiswa dengan pemasaran digital terbukti mampu mendorong peningkatan kualitas kemasan dan legalitas usaha sehingga Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memperluas jangkauan pasar dan meningkat hingga 30 % dalam penjualan tiga bulan setelah intervensi (Jatim Satu News, 2023). Permasalahan selanjutnya adalah minimnya data spasial yang terintegrasi sebagai dasar pengambilan keputusan pembangunan, hal ini tercermin dari kebutuhan Pemerintah Kota Surabaya menjalin kolaborasi resmi dengan Badan Pusat Statistika (BPS) dan Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), melalui *Memorandum of Understanding (MoU)* untuk memperkuat kualitas data spasial dan statistik pembangunan daerah (Badan Pusat Statistik (BPS), Kota Surabaya, 2023).

Di lingkungan Kelurahan Lidah Wetan, mahasiswa melakukan pengabdian dengan menjawab tantangan lokal utamanya pada bidang perekonomian dan lingkungan. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja (Aprieni et al., 2024). Minimnya literasi digital, keterbatasan strategi *branding*, dan kurangnya akses terhadap platform pemasaran online menyebabkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kesulitan beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin digital (Nugroho et al., 2023). Oleh karena itu, upaya pendampingan berbasis teknologi dan strategi komunikasi digital menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan visibilitas produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Tanuwijaya et al., 2024). Menurut teori *digital branding*, elemen utama dari strategi ini meliputi *storytelling*, *visual identity*, konten kreatif, serta interaksi digital berbasis data konsumen (Taroreh et al., 2024). *Digital branding* tidak hanya membangun *awareness*, tetapi juga

menciptakan loyalitas dan hubungan emosional antara konsumen dan produk (Hery Derajad Wijaya, 2024).

Penggunaan plang edukasi, pengelolaan sampah dan pembuatan peta interaktif wilayah kelurahan merupakan bagian dari pendekatan Teknologi Tepat Guna (TTG) yang bertujuan memperbaiki kesadaran lingkungan dan memperkuat tata kelola wilayah secara partisipatif. Secara teknis, teknologi tepat guna merujuk pada penghubung antara teknologi tradisional dan teknologi modern (Syafi'i & Mertayasa, 2024). Penempatan peta interaktif di lokasi strategis seperti kantor kelurahan bertujuan untuk mempermudah warga dan pengunjung dalam mengenali batas wilayah, distribusi fasilitas umum, serta potensi lokal.

Berangkat dari latar belakang tersebut, Kelompok KKNT SDGs 90 UPN "Veteran" Jawa Timur merancang dan melaksanakan program pengabdian masyarakat di Kelurahan Lidah Wetan dengan fokus pada penguatan ekonomi lokal, pemberdayaan masyarakat, dan penataan wilayah berbasis teknologi. Tiga program utama dijalankan secara terpadu untuk menjawab tantangan yang telah diidentifikasi sebelumnya. Program *ReBrand NOW!* bertujuan meningkatkan citra Pasar Ndonowati melalui *rebranding visual*, pemasangan fasilitas kebersihan, serta promosi digital melalui Instagram, *TikTok*, dan *YouTube*. Selanjutnya, *UMKM Next Level* mendampingi pelaku usaha dalam memperkuat identitas merek melalui desain logo, banner, katalog, serta integrasi ke platform digital seperti *GrabMart*. Terakhir, program *MAPAN* (Peta Wilayah Lidah Wetan Interaktif) menghadirkan peta digital dan cetak yang menampilkan titik-titik strategis seperti pasar, tempat ikonik dan fasilitas umum lainnya, dilengkapi dengan *QR code* sebagai bentuk inovasi dalam pemetaan partisipatif. Sinergi ketiga program ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Lidah Wetan secara berkelanjutan.

Dalam konteks ini, program Kuliah Kerja Nyata (KKN) tematik hadir sebagai jembatan penghubung yang efektif antara kebutuhan serta tantangan nyata yang dihadapi oleh masyarakat Kelurahan Lidah Wetan dengan kecakapan akademik yang dimiliki mahasiswa. Melalui pendekatan yang partisipatif, dengan melibatkan warga secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan mulai dari identifikasi permasalahan hingga eksekusi solusi. Pendekatan ini menempatkan masyarakat tidak hanya sebagai objek penerima bantuan, tetapi sebagai mitra setara yang berperan penting dalam proses pengambilan keputusan. Sehingga program yang dirancang dan dilaksanakan benar-benar relevan, berdaya guna, dan mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.

METODE PENELITIAN

Kegiatan kuliah kerja nyata ini dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur kelompok Lentera Asa 90 selama satu bulan, terhitung sejak 1 Juli hingga 31 Juli 2025, di Kelurahan Lidah Wetan, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah *Participatory Action Research (PAR)*. Pendekatan ini dipilih karena menekankan pada partisipasi aktif masyarakat dalam proses identifikasi masalah, perumusan solusi, serta implementasi dan evaluasi program secara kolaboratif (Afandi et al., 2022). Model ini dinilai relevan dalam konteks pengabdian berbasis komunitas seperti kegiatan kuliah kerja nyata (KKN).

Langkah awal kegiatan diawali dengan observasi lingkungan dan koordinasi dengan perangkat kelurahan, tokoh masyarakat, serta pelaku UMKM. Diskusi informal dan wawancara dilakukan untuk mengenali potensi lokal, persoalan nyata di lapangan, serta harapan masyarakat terhadap keberadaan mahasiswa KKN. Berdasarkan hasil identifikasi, tim KKN merancang program pengabdian dengan fokus pada pemberdayaan ekonomi, penguatan infrastruktur sosial, dan pemetaan wilayah. Adapun program yang dilaksanakan meliputi:

.....

1. ReBrand NOW!: Revitalisasi & Branding Pasar Donowati

Program ini bertujuan meningkatkan citra dan kebersihan Pasar Donowati melalui:

- 1) Revitalisasi tempat sampah: Pembuatan tempat sampah estetik dari kayu ramah lingkungan.
- 2) Papan petunjuk jalan & nama lokasi: Pemasangan plang arah untuk memperkuat identitas lokasi.
- 3) Digital marketing: Optimalisasi promosi melalui media sosial:
 - a) *Instagram* sebagai media informasi interaktif,
 - b) *TikTok* untuk konten FYP yang meningkatkan engagement,
 - c) *YouTube* untuk video profil profesional pasar.

2. UMKM Next Level: Peningkatan Kapasitas UMKM Lokal

Pendampingan UMKM melalui pendekatan desain, digitalisasi, dan branding, antara lain:

- 1) *Toko Kue Bu Erny*: Pembuatan logo dan desain kemasan produk.
- 2) *Toko Sayur Bu Inul*: Pemasangan banner dan integrasi ke GrabMart.
- 3) *Toko Roti Pak Suherman*: Pembuatan katalog digital dalam bentuk file PDF dan banner promosi.

3. MAPAN: Peta Wilayah Lidah Wetan Interaktif

Penyusunan peta interaktif yang menampilkan titik-titik strategis di wilayah Lidah Wetan (pasar, pos ronda, UMKM, fasilitas umum), dalam bentuk cetak dan digital dengan QR code untuk kemudahan akses dan partisipasi warga.

Selama pelaksanaan program pengabdian masyarakat, tim KKN secara rutin melakukan evaluasi internal setiap minggu untuk meninjau capaian program, mengidentifikasi hambatan, serta menentukan strategi perbaikan yang diperlukan. Evaluasi ini dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan seluruh anggota tim guna memastikan bahwa pelaksanaan program tetap berjalan sesuai dengan rencana dan mampu menjawab kebutuhan masyarakat. Di akhir masa pengabdian, dilakukan sesi refleksi bersama mitra lokal, seperti perangkat kelurahan, pelaku UMKM, dan komunitas pasar, guna mengevaluasi dampak kegiatan serta menjangkau masukan untuk keberlanjutan program. Seluruh kegiatan didokumentasikan secara digital melalui foto, video, dan laporan harian yang terorganisir dan menjadi bagian penting dalam pelaporan serta pertanggungjawaban program.

Indikator keberhasilan dari program ini diukur secara kualitatif berdasarkan tiga aspek utama. Pertama, meningkatnya eksistensi pasar dan UMKM secara digital, yang tercermin dari bertambahnya jumlah pengikut (followers), tayangan (views), serta tingkat keterlibatan (engagement) pada platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Kedua, pemanfaatan fasilitas fisik seperti plang penunjuk jalan dan tempat sampah oleh warga dan pengunjung pasar, yang menunjukkan adanya peningkatan kesadaran terhadap kebersihan dan keteraturan lingkungan. Ketiga, distribusi serta penggunaan peta wilayah interaktif oleh masyarakat, yang menjadi indikator penting dalam mendukung akses informasi, orientasi ruang, serta partisipasi warga terhadap potensi lokal di Kelurahan Lidah Wetan.

Untuk mendukung pelaksanaan dan analisis kegiatan pengabdian, digunakan beberapa teknik pengumpulan data. Teknik pertama adalah observasi partisipatif, yaitu pencatatan langsung terhadap dinamika sosial dan teknis dalam pelaksanaan program. Teknik kedua adalah wawancara

terbuka, yang dilakukan kepada warga, pelaku UMKM, serta mitra lokal guna memperoleh perspektif yang mendalam mengenai dampak program. Teknik ketiga adalah dokumentasi, berupa arsip visual (foto dan video) serta dokumen administratif yang menjadi bukti kegiatan dan dasar penyusunan laporan. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan model Miles dan Huberman (Miles et al., 2014), yang mencakup tiga tahap utama: reduksi data (menyaring informasi penting), penyajian data (penyusunan data dalam bentuk naratif atau visual), dan penarikan kesimpulan (verifikasi makna dan dampak kegiatan secara holistik)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital Marketing Pasar Ndonowati

Kegiatan digital marketing yang dilaksanakan oleh kelompok Lentera Asa 90 selama Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Lidah Wetan, Surabaya, terbukti memberikan dampak signifikan terhadap eksistensi Pasar Ndonowati secara daring. Pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang digunakan memungkinkan keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam pengembangan citra pasar melalui media digital.

1) TikTok: Viralitas Konten Kuliner Pasar



Gambar 1 Insight Tiktok (Sumber: Tiktok @pasarlidahndonowati)

Selama periode 30 Juni hingga 29 Juli 2025, akun TikTok @pasarlidahndonowati menunjukkan peningkatan performa yang signifikan dalam hal keterlibatan pengguna (engagement). Tayangan postingan mencapai 113.000 kali dengan peningkatan sebesar 1.423,3%, tampilan profil sebanyak 1.798 kali (+399,4%), jumlah suka mencapai 2.099 (+1.663,9%), komentar sebanyak 92 (+9.100%), serta dibagikan sebanyak 755 kali (+2.596,4%). Lonjakan ini mencerminkan efektivitas strategi penyusunan konten visual dan narasi lokal yang relevan dengan tren, sehingga mampu membangun eksistensi digital pasar secara lebih kuat dan menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya dari kalangan generasi muda.

2) Instagram: Dokumentasi Kegiatan dan Visual Estetik



Gambar 2 Insight Instagram (Sumber: Instagram @pasarlidahndonowatisby)

Berdasarkan data dari Gambar Dasbor Profesional Instagram @pasarlidahndonowatisby selama periode 1 Juli hingga 30 Juli 2025, akun mengalami peningkatan performa yang cukup baik. Tayangan konten mencapai 6.400 kali, dengan total interaksi sebanyak 316, serta penambahan pengikut baru sebanyak 21 akun. Selama periode tersebut, tim mengunggah 22 konten yang mencakup informasi jadwal pasar, promosi kuliner khas, dokumentasi aktivitas pedagang, serta konten edukatif. Kenaikan ini menunjukkan bahwa strategi konten yang konsisten dan relevan dengan karakter lokal mampu menarik perhatian audiens serta meningkatkan eksistensi digital pasar secara bertahap di platform Instagram.

3) YouTube: Video Profil Pasar Sebagai Dokumentasi Abadi

Satu buah video profil berdurasi kurang lebih 6 menit telah diunggah ke akun YouTube “Pasar Lidah Ndonowati”. Meskipun akun ini baru diaktifkan dan hanya memiliki 11 subscribers, video profil tersebut berhasil memperoleh kurang lebih 40 views. Platform ini digunakan sebagai dokumentasi jangka panjang yang dapat terus diakses oleh masyarakat luas, serta berfungsi sebagai arsip digital visual dari kondisi pasar dan kegiatan branding yang telah dilakukan.

Untuk memberikan gambaran yang lebih konkret mengenai perkembangan digital marketing untuk Pasar Ndonowati tersebut, berikut disajikan tabel yang merangkum statistik keterlibatan media sosial Pasar Ndonowati selama periode pelaksanaan KKN bulan Juli 2025:

Tabel 1. Statistik Engagement Media Sosial Pasar Ndonowati (Juli 2025)

Platform	Jumlah Pengikut	Jumlah Konten	Total Likes / Views	Konten Tertinggi
TikTok	2.091	38	18.400 / 291.400	“PANGANAN” (291.400 views, 17.300 likes)
Instagram	200	30	Rata-rata views 300–1.787	Reels “Highlight Pasar” (1.787 views)
YouTube	11	1 Video	40	Video Profil Pasar (durasi 6 menit)

Dari Tabel 1 di atas dapat diketahui peningkatan interaksi dan keterlibatan audiens dari

ketiga platform ini membuktikan bahwa digital marketing berbasis konten lokal dan partisipatif mampu mengangkat citra pasar tradisional ke ranah digital, serta membangun koneksi emosional dan keterlibatan antara pasar dan komunitas daring.

Implementasi Teknologi Tepat Guna (TTG) Sampah dan Plang Pasar Ndonowati

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik UPN “Veteran” Jawa Timur menciptakan inovasi berupa tempat sampah dengan mekanisme buka tutup injak yang berbahan dasar kayu sesuai dengan nuansa tradisional pasar. Dengan desain yang memiliki tutup yang dapat terbuka dengan injakan, tempat sampah menjadi lebih tertutup dan rapi. Hal ini meningkatkan fungsi tempat sampah sebagai wadah pembuangan sampah sekaligus memperbaiki penampilan secara keseluruhan sehingga lebih menarik dan sesuai dengan standar kebersihan. Tempat sampah tersebut dapat meningkatkan kebersihan karena pengunjung membuang sampah tanpa perlu menyentuh, dengan mekanisme ini membuat pengunjung membuang sampah secara praktis dan higienis. Teknologi ini menunjukkan bagaimana Teknologi Tepat Guna (TTG) dapat diaplikasikan secara sederhana namun berhasil untuk meningkatkan kualitas lingkungan pasar tradisional sekaligus mendukung keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di pasar tersebut. Partisipasi aktif warga sangat krusial, baik dalam penggunaan maupun perawatan teknologi tersebut, sehingga tercipta lingkungan yang bersih, sehat, dan nyaman secara berkelanjutan. Pendekatan teknologi yang disertai pemberdayaan masyarakat ini menjadi model pengelolaan sampah yang efektif dan tepat guna.

Pemasangan plang arah di Pasar Tradisional Ndonowati merupakan salah satu upaya strategis untuk memperkuat aksesibilitas dan branding pasar, sekaligus meningkatkan pengalaman pengunjung dalam mencari lokasi pasar. Langkah ini penting mengingat Pasar Ndonowati berkonsep pasar lawasan yang menyajikan nuansa klasik dan budaya lokal, sehingga plang yang ditempatkan juga harus memuat informasi yang jelas dan desain yang menarik serta ramah lingkungan. Plang arah membantu memudahkan pengunjung, terutama yang datang dari luar daerah atau pengguna baru, dalam menemukan lokasi pasar yang berada di Gang XI Lidah Wetan Kecamatan Lakarsantri, Surabaya. Dengan penempatan plang yang tepat di titik-titik strategis, kesulitan mencari pasar dapat ditekan, sehingga potensi kunjungan pasar bisa meningkat dan berdampak positif pada aktivitas ekonomi dan UMKM yang beroperasi di pasar tersebut.

Pelaksanaan pemasangan plang melibatkan pemilihan material yang sesuai, termasuk akrilik dengan menjadikan tampilan modern dan elegan, kemudian kami memakai tiang plang menggunakan pipa dikarenakan mampu bertahan dengan lama dalam menahan beban plang serta kuat dalam permasalahan cuaca yang ekstrim. Proses pemasangan juga memerlukan perhatian teknis, seperti penggalian tanah untuk penancapan tiang plang dengan kedalaman yang cukup agar plang kokoh dan tahan terhadap angin atau benturan. Implementasi pemasangan plang arah Pasar Tradisional Ndonowati tidak hanya sekadar penanda lokasi, tetapi juga bagian strategis dari upaya pengembangan infrastruktur pasar yang mendukung fungsi sosial dan ekonomi. Dengan perencanaan matang, desain yang representatif, serta partisipasi masyarakat, pemasangan plang ini dapat meningkatkan kemudahan akses, memperkuat citra pasar, serta mendorong optimalisasi potensi pasar sebagai pusat perdagangan dan budaya lokal.

Program UMKM Next Level

Program UMKM Next Level merupakan sebuah program yang dirancang secara khusus untuk melakukan pendampingan secara komprehensif kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Program ini berfokus pada peningkatan kapabilitas digital pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui berbagai kegiatan strategis seperti integrasi pemanfaatan

.....

platform *e-commerce*, penyusunan desain banner promosi yang menarik, penyusunan katalog produk yang informatif, serta renovasi kemasan produk agar lebih modern dan sesuai dengan tren pasar. Program *rebranding* membutuhkan konsep yang kreatif dan penuh terobosan untuk mendapatkan “tempat” di hati konsumen agar menyentuh selera mereka. Salah satu UMKM yang mendapatkan kesempatan pendampingan dalam program pemberdayaan masyarakat adalah Kukeria Dida Food, sebuah usaha milik Ibu Erny yang berlokasi di RW 03 Lidah Wetan. Usaha ini dikenal sebagai penghasil berbagai kue kering, jajanan basah tradisional, serta menerima pesanan katering untuk berbagai acara. Kukeria Dida Food mendapatkan bantuan pendampingan dalam pengembangan desain kemasan baru yang lebih modern, estetis, dan sesuai dengan karakter produk yang ditawarkan. Selain itu, pendampingan juga mencakup pembuatan X-banner yang nantinya akan digunakan sebagai media promosi di berbagai kesempatan.

Ibu Erny mengungkapkan bahwa selama ini ia belum memiliki pengalaman serta kemampuan dalam hal desain kemasan yang baik sehingga kesulitan untuk membuat produknya tampil menarik di mata konsumen. Melalui pendampingan yang dilakukan oleh sekelompok mahasiswa KKN yang kompeten dalam bidang desain grafis dan pemasaran, usaha Kukeria Dida Food mendapat sentuhan profesional yang sangat membantu. Pendampingan ini diharapkan tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas kemasan dan promosi saja, tetapi juga memberikan inspirasi dan pengetahuan baru bagi pelaku UMKM seperti Ibu Erny agar mampu mengelola bisnisnya secara lebih profesional dan mandiri di masa depan. Setelah mengikuti pendampingan, beliau mengatakan bahwa:

“Saya merasa sangat terbantu karena selama ini tidak punya pengalaman dalam melakukan desain packaging. Kehadiran adik-adik mahasiswa KKN ini benar-benar membantu mengangkat tampilan produk saya agar lebih menarik di mata konsumen,” (Wawancara, 18 Juli 2025)

UMKM kedua yang berkesempatan untuk mendapatkan fasilitas pendampingan kelompok KKN yakni bisnis roti milik Bapak Suherman. Bapak Suherman, seorang pelaku UMKM yang selama ini telah mengembangkan usaha kue rotinya secara mandiri. Bapak Suherman mengungkapkan apresiasi mendalamnya, mengakui bahwa bantuan yang diberikan benar-benar sangat berarti baginya. Sebagai seorang pengusaha yang fokus pada produksi dan penjualan, aspek pemasaran visual seringkali menjadi kendala utama bagi Pak Suherman. Dengan adanya foto katalog yang jelas dan menarik, konsumen akan lebih mudah melihat detail dan kualitas produk yang ditawarkan. Bapak Suherman juga menyampaikan:

“Terima kasih banyak kepada mas dan mbak dari Kelompok 90 UPNVJT yang sudah meluangkan waktu serta tenaga untuk membantu saya melakukan sesi foto katalog produk dan juga pembuatan banner promosi. Jujur saja, selama ini saya sering merasa kesulitan dan bingung dalam hal desain yang sesuai untuk memasarkan produk saya,” (Wawancara, 18 Juli 2025)

UMKM ketiga Toko Sayur Pak Djiin milik Ibu Inul, yang berlokasi di RW 01, saat ini tengah menjalani pendampingan intensif guna mendukung pengembangan usahanya agar dapat tumbuh dan bersaing di era digital yang semakin pesat. Pendampingan ini mencakup berbagai aspek penting mulai dari pembuatan logo yang dirancang dengan penuh kreativitas dan profesionalisme. Logo ini tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual toko, tetapi juga bertujuan untuk menciptakan kesan yang kuat dan mudah diingat oleh para pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

Selain itu, toko diberi bantuan dalam membuat akun di platform Grab Market. Langkah ini

sangat strategis karena Grab Market merupakan salah satu kanal pemasaran digital yang memungkinkan toko untuk memperluas jangkauan pasar, tidak terbatas hanya di lingkungan RW 01 saja, tetapi juga ke wilayah sekitarnya. Tidak berhenti sampai di situ, pendampingan juga mencakup pembuatan banner promosi yang menarik dan informatif juga adanya sesi pemotretan produk. Kegiatan pemotretan ini bertujuan untuk menghasilkan gambar-gambar produk yang memiliki kualitas visual tinggi. Dengan visual produk yang menarik, diharapkan perhatian calon pelanggan dapat lebih mudah tertarik dan keputusan pembelian pun menjadi lebih tinggi. Ibu Inul selaku pemilik mengungkapkan ucapan terima kasihnya melalui sesi wawancara dengan mahasiswa, sebagai berikut:

"Saya merasa sangat terbantu dengan pendampingan yang telah diberikan. Sebagai seorang ibu-ibu yang sudah memasuki usia lanjut, saya memang mengalami banyak kendala dan kesulitan, terutama dalam hal pengelolaan marketing secara digital yang semakin kompleks dan dinamis. Namun, berkat bantuan dan bimbingan dari anak-anak mahasiswa KKN Kelompok 90 UPNVJT, saya dapat belajar banyak hal baru yang sangat berguna untuk pengembangan usaha saya ini." (Wawancara, 18 Juli 2025)

Semua upaya pendampingan tersebut dilakukan untuk mendukung usaha sayur yang dikelola dengan penuh dedikasi dan ketekunan oleh Ibu Inul, sang pemilik toko, agar dapat beradaptasi dan melebarkan sayapnya menuju pasar digital. Selain meningkatkan omset dan keuntungan, langkah ini juga berdampak positif terhadap perkembangan usaha secara menyeluruh, termasuk peningkatan kapasitas pengelolaan stok, pengemasan produk, serta manajemen pelayanan pelanggan.

Program MAPAN (Mapping Wilayah dan Pemetaan Andalan) Lidah Wetan untuk Edukasi Masyarakat

Program MAPAN (Mapping Wilayah dan Pemetaan Andalan) merupakan salah satu inisiatif unggulan dalam rangkaian kegiatan KKN Bela Negara SDGs UPN "Veteran" Jawa Timur oleh kelompok 90 "Lentera Asa" di Kelurahan Lidah Wetan, Surabaya. Program ini diwujudkan dalam bentuk peta wilayah interaktif yang mengintegrasikan media visual statis dengan teknologi digital melalui pemanfaatan QR code. Peta yang ditempatkan secara strategis di depan kantor kelurahan ini memuat berbagai informasi penting mengenai titik-titik vital di lingkungan Lidah Wetan, seperti fasilitas umum, tempat ibadah, lembaga pendidikan, UMKM lokal, serta layanan publik lainnya. Proyek ini tidak hanya dimaksudkan sebagai alat bantu navigasi bagi warga maupun pengunjung, tetapi juga menjadi medium literasi digital yang dapat memperkuat partisipasi masyarakat dalam tata kelola informasi lokal.

Dalam proses pelaksanaannya, program MAPAN diawali dengan tahap observasi dan pemetaan partisipatif. Tim KKN melakukan survei lapangan dan berkoordinasi dengan perangkat kelurahan untuk mengidentifikasi titik-titik yang relevan untuk dicantumkan dalam peta. Hal ini menunjukkan pendekatan kolaboratif dan berbasis kebutuhan lokal, yang memperhatikan masukan langsung dari pemangku kepentingan setempat. Hasil pemetaan kemudian diolah secara visual oleh tim desain untuk menghasilkan peta berukuran besar dengan tampilan yang ramah bagi semua kalangan. Visualisasi peta menggunakan sistem warna yang konsisten, legenda yang jelas, dan struktur layout yang tertata untuk memudahkan pemahaman informasi. Selain aspek teknis, proyek ini juga melibatkan partisipasi aktif seluruh anggota tim KKN, dengan pembagian tugas yang terstruktur dan kolaboratif.

.....

Penanggung jawab program memimpin koordinasi antaranggota, sementara tim desain dan dokumentasi menangani visualisasi dan distribusi informasi. Pembuatan struktur fisik papan peta juga dilakukan secara mandiri oleh tim perlengkapan, mencerminkan semangat gotong royong dan efisiensi sumber daya. Keberhasilan program ini tidak hanya diukur dari keluaran fisik yang dihasilkan, tetapi juga dari respon positif yang diterima dari mitra lokal. Pihak kelurahan menyampaikan apresiasi atas kontribusi mahasiswa dalam menghadirkan inovasi yang fungsional dan kontekstual. Lebih lanjut, mereka berharap peta ini dapat dikembangkan menjadi platform digital yang lebih dinamis di masa depan.

Dari sisi dampak, program MAPAN dinilai berhasil meningkatkan keterbukaan informasi di tingkat kelurahan serta memperkenalkan pendekatan digital yang mudah diakses oleh masyarakat. Kehadiran QR code pada peta memungkinkan pengguna untuk memperoleh informasi tambahan secara cepat dan fleksibel. Dengan demikian, peta ini tidak hanya berfungsi sebagai alat visual, tetapi juga sebagai jembatan menuju pengelolaan informasi yang lebih partisipatif dan modern. Program ini secara langsung mendukung pencapaian SDGs, khususnya poin ke-11 tentang kota dan permukiman yang berkelanjutan serta poin ke-17 mengenai kemitraan dalam pembangunan. Keberhasilan MAPAN menunjukkan bahwa digitalisasi informasi wilayah dapat dimulai dari skala lokal, dengan dukungan komunitas dan inovasi dari generasi muda.

KESIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Kelurahan Lidah Wetan telah memberikan kontribusi nyata dalam berbagai aspek pemberdayaan warga. Peningkatan eksistensi digital Pasar Ndonowati melalui media sosial, pembuatan konten mandiri, dan publikasi video profil pasar di YouTube berhasil meningkatkan visibilitas dan keterlibatan masyarakat terhadap pasar tradisional. Selain itu, kegiatan pembuatan Peta Interaktif Kelurahan memberikan dampak positif dalam hal aksesibilitas informasi wilayah, baik untuk warga maupun pengunjung. Sosialisasi teknologi tepat guna (TTG) berupa sampah dan papan informasi juga mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan sampah. Di sisi lain, kegiatan branding UMKM melalui pembuatan banner, katalog, dan konten visual untuk toko-toko lokal turut membantu memperkuat citra usaha kecil di mata konsumen serta memperluas potensi pemasaran produk mereka. Secara keseluruhan, program ini menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif dan digital dapat menjadi strategi efektif dalam mendorong partisipasi warga serta memperkuat identitas lokal. Untuk penelitian dan pengabdian selanjutnya, disarankan dilakukan pemantauan jangka panjang untuk melihat keberlanjutan dampak dari program yang telah dilakukan.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan, perangkat Kelurahan Lidah Wetan, para pedagang Pasar Ndonowati, serta seluruh warga yang telah turut berkontribusi dalam pelaksanaan program ini. Diharapkan kegiatan ini dapat terus berlanjut secara mandiri oleh masyarakat, dan menjadi acuan bagi pengembangan program serupa di masa mendatang.

DAFTAR REFERENSI

- Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., Umam, M. helmi, Kambau, R. A., Rahman, S. A., Sudirman, M., Jamilah, Kadir, N. A., Junaid, S., Nur, S., Parmitasari, R. D. A., Nurdiah, Wahid, M., & Wahyudi, J. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam. <http://diktis.kemenag.go.id>
- Agung Satria Bimantara, & Farhan Kusuma Waradana. (2023, Juni). Pembuatan Teknologi Tepat

- Guna Sebagai Upaya Memecahkan Permasalahan Lingkungan Di Desa Kedungpari. *ABDIMAS TERAPAN : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Terapan*, 1(1), 14-19. <https://doi.org/10.59061/abdimasterapan.v1i1.187>
- Ali, H., Zainatul, N., Kurniyati, M., Eka, I., & Riskiyah, M. (n.d.). (2024) *Tridarma Perguruan Tinggi (Teori dan Praktik)*. <https://press.iainmadura.ac.id/>
- Aprieni, Farida Ratna Meilantika, Lastriana Sihotang, & Febrina Vidya Rachma S. (2024). UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 2(4), 188–193. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.976>
- Dhimas Dwi Nugroho, Sadillah Zam Nastiar, Annisa Madani, Naely Salamaton Rosidah, Silvy Ahwattun Khasanah, & Aang Curatman. (2024, Oktober). Pendampingan Re-Branding dan Digital Marketing pada UMKM Selera Rasa. *DIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 174. <https://pengabmas.com/index.php/dimaskesmas>
- Hery Derajad Wijaya. (2024). Peran Branding Dalam Peningkatan Loyalitas Konsumen: Tinjauan Literatur Empiris. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(3), 200–210. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v1i3.560>
- Jatimsatunews. (2023, Agustus 15). *Pemberdayaan UMKM Meningkatkan Omzet Melalui Pendampingan Mahasiswa di SWK Lidah Wetan*. [Jatimsatunews.com. https://jatimsatunews.com/pemberdayaan-umkm-swk-lidah-wetan](https://jatimsatunews.com/pemberdayaan-umkm-swk-lidah-wetan)
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2024). *MoU Kemendagri, BPS, dan Pemkot Surabaya Perkuat Satu Data Pembangunan Daerah*. [Kemenkes.go.id. https://kemkes.go.id/app_asset/file_content_download/172231123666a86244b83fd8.51637104.pdf](https://kemkes.go.id/app_asset/file_content_download/172231123666a86244b83fd8.51637104.pdf)
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023, Oktober 5). *Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (H. Salmon, K. Perry, K. Koscielak, & L. Barrett, Eds.; Third). SAGE Publications.
- Napsiyah, S., Fazrha Bunga Arcadia, R., Fadillah Syafa'at, D., Putri Puspita, F., Naufal Ardiansyah, M., & Rifa Amalia, R. (2023). Peran Mahasiswa Sebagai Agent Of Change Dalam Mengembangkan Potensi Pemuda Di Kampung Krajan Desa Simpang. *Jurnal Kesejahteraan Dan Pelayanan Sosial*, 4(2), 182–196. <https://doi.org/10.52423/jkps.v4i2.18>
- Nazhif, M. N., & Nugraha, I. (2023). Branding Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ecoprint Andin Collection. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 261–267.
- Nugroho, A. A., Anggita, W., Wahyudin, N., & Nugroho, S. (2023). Sosialisasi Strategi Digital Marketing dan Branding Produk pada UMKM Kota Pangkalpinang. *TEMATIK*, 4(1), 47. <https://doi.org/10.26623/tmt.v4i1.7387>
- Pemerintah Kota Surabaya. (2024, Mei 21). *Jadi Percontohan Nasional, Pemkot Surabaya Jalin Kerjasama Data Pembangunan dengan Kemendagri dan BPS*. [Surabaya.go.id. https://surabaya.go.id/id/berita/23762/jadi-percontohan-nasional-pemkot-surabaya-jalin-kerja-sama-data-pembangunan-dengan-kemendagri-dan-bps](https://surabaya.go.id/id/berita/23762/jadi-percontohan-nasional-pemkot-surabaya-jalin-kerja-sama-data-pembangunan-dengan-kemendagri-dan-bps)
- Siti Fatimah, & Siti Khaeratul Mukarramah. (2023, Desember). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital di Desa Wisata. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Bagi Masyarakat, IPMAS*, 3(3), 165-173. <https://doi.org/10.30605/ipmas.3.3.2023.360>

-
- Syafi'i, A., & Mertayasa, A. (2024). Penggunaan Teknologi Tepat Guna Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Pedesaan Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Cakrawala Repositori IMWI*, 7(02), 3293–3299. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v7i02.635>
- Tanuwijaya, K., Wijaya, A. T., Sikomena, A., Harjanti, D., & Marchyta, N. K. (2024). PENDAMPINGAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM NURUL ISMIATI. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 4(3), 110–118. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v4i3.6901>
- Taroreh, S. R. A., Makhfudi, Kairupan, F. M., & Takaliuang, N. (2024). Strategi Brand Positioning dalam Bisnis Digital: Literature Review. *Jurnal Lentera: Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 73–79. <https://doi.org/10.57207/me0zna76>
- Yuliani, E. D., & Arini, E. (2022). PENGABDIAN MASYARAKAT DI DESA PULAU PANGGUNG KECAMATAN PADANG GUCI HILIR KABUPATEN KAUR. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)*, 2(1), 190–195. <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i1.2988>
-