

## *Enhancing of MSME Capacity in Linggang Jelemuq Village Through Digital Training, Branding, and Business Mapping*

### **Peningkatan Kapasitas UMKM di Kampung Linggang Jelemuq Melalui Pelatihan Digital, *Branding*, dan Pemetaan Usaha**

Isna Yuniar Wardhani <sup>1</sup>, Sopian Exsel <sup>2</sup>, Muhammad Shafa Al-asrar <sup>2</sup>, Siti Rachmaniyah <sup>3</sup>, Gebriel Tiranda <sup>4</sup>, Karlina <sup>5</sup>, Indri Amanda <sup>6</sup>, Dini Nadia Ning Tiyas <sup>3</sup>, Marcella Enjelina <sup>7</sup>, Citra Y. Purba <sup>4</sup>

- <sup>1</sup> Dosen Fakultas Kehutanan dan Lingkungan Tropis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
- <sup>2</sup> Program Studi S1 Kehutanan, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan Tropis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
- <sup>3</sup> Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
- <sup>4</sup> Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
- <sup>5</sup> Program Studi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
- <sup>6</sup> Program Studi S1 Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
- <sup>7</sup> Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

\* Koresponding e-mail: isnahamid63.iyw@gmail.com

**ABSTRACT:** *The University of Mulawarman's Community Service Program (KKN) in Linggang Jelemuq Village, Tering Subdistrict, West Kutai, was implemented with the aim of enhancing the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through strengthening digital literacy, developing product identity, and expanding market access. The three main programs implemented were: (1) training in Microsoft Word and Excel to support business administration, (2) logo branding and digital marketing to strengthen product identity, and (3) mapping MSMEs using Google Maps to make businesses more accessible to consumers. The results of the activities demonstrated improved skills among the community in using digital applications, the development of visual product identities, and increased online visibility for MSMEs. The integration of these three programs has proven effective in encouraging MSMEs to become more adaptive, innovative, and competitive in the digital era.*

**Keywords:** *branding; digital literacy; digital marketing; business mapping*

**ABSTRAK:** Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Mulawarman di Kampung Linggang Jelemuq, Kecamatan Tering, Kutai Barat, dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui penguatan literasi digital, pengembangan identitas produk, serta perluasan akses pasar. Tiga program kerja utama yang dijalankan adalah: (1) pelatihan Microsoft Word dan Excel untuk mendukung administrasi usaha, (2) *branding* logo dan pemasaran digital untuk memperkuat identitas produk, serta (3) pemetaan UMKM menggunakan Google Maps agar usaha lebih mudah diakses konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan masyarakat dalam penggunaan aplikasi digital, terbentuknya identitas visual produk, serta bertambahnya visibilitas UMKM secara online. Integrasi ketiga program ini terbukti efektif dalam mendorong UMKM lebih adaptif, inovatif, dan berdaya saing di era digital.

**Kata Kunci:** *branding; literasi digital; pemasaran digital; pemetaan usaha*

#### **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi membawa dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk kegiatan ekonomi masyarakat desa (Cahyat dkk., 2005). Kampung Linggang Jelemuq adalah kampung yang berada di pelosok Kecamatan Tering, Kabupaten Kutai Barat yang masih asri dengan adat budaya nya dan sederhana seperti kampung-kampung pelosok pada umumnya di Kutai Barat (Cahyat dkk., 2005; Mahadika, 2025; Mustikawati, t.t.; Syuhada dkk., 2018). Menurut data statistik Kampung Linggang Jelemuq yang berprofesi sebagai

**Cara mensitasi artikel ini:** Wardhani IY, Exsel S, Al-asrar MS, Rachmaniyah S, Tiranda K., Karlina, Amanda I, Tiyas DNN, Enjelina M, Purba CY. Enhancing of MSME Capacity in Linggang Jelemuq Village Through Digital Training, Branding, and Business Mapping. DESAMU Pros Disem KKN UNMUL. 2025; 1: 560-563.

petani sebanyak 70 orang dengan tersebar pada berbagai bidang seperti peladang, petani karet, gula aren, kerajinan dan sebagainya (Cahyat dkk., 2005; Mahadika, 2025). Salah satu kelompok yang merasakan langsung tantangan tersebut adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Ainun dkk., 2023; Rahmawati & Husna, 2023). UMKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian desa, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, sebagian besar UMKM di desa masih menghadapi keterbatasan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital, lemahnya strategi pemasaran, dan rendahnya aksesibilitas usaha mereka di ruang digital (Cahyat dkk., 2005).

Di Kampung Linggang Jelemuq (Sugiarto, 2017), kondisi tersebut juga terlihat pada pelaku UMKM yang masih mengandalkan metode konvensional dalam pencatatan administrasi, promosi produk, maupun informasi lokasi usaha. Kurangnya literasi digital dasar, tidak adanya *branding* produk yang jelas (Rahmawati & Husna, 2023), serta sulitnya konsumen menemukan lokasi usaha menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha. Jika hal ini tidak segera diatasi, maka UMKM akan kesulitan bersaing di era digital yang semakin kompetitif (Ainun dkk., 2023).

Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Mulawarman 2025 menghadirkan program pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas digital dan pemasaran UMKM melalui tiga program utama. Pertama, pelatihan aplikasi perkantoran (Microsoft Word dan Excel) untuk meningkatkan kemampuan administrasi digital. Kedua, sosialisasi *branding* dan pemasaran digital guna memperkuat identitas produk (Rahmawati & Husna, 2023) dan memperluas jangkauan promosi. Ketiga, pemetaan lokasi UMKM melalui Google Maps (Setyo & Marsisno, 2021) agar usaha lebih mudah diakses oleh konsumen.

Ketiga program ini dirancang secara terpadu sehingga saling mendukung. Pelatihan literasi digital dasar menjadi pondasi bagi UMKM dalam mengelola usaha, *branding* memberikan nilai tambah pada produk, dan pemetaan digital memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak nyata bagi peningkatan kapasitas UMKM serta mendukung kemandirian ekonomi masyarakat desa.

## 2. METODE DAN PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan KKN di Desa Jelemuq disusun berdasarkan kebutuhan mitra dengan tiga program utama, yaitu Pelatihan Microsoft Word & Excel, Sosialisasi *Branding* Logo & Pemasaran Digital, serta Pemetaan UMKM.

### 2.1 Pelatihan Microsoft Word & Excel

Program ini dilakukan dengan metode sosialisasi, demonstrasi, praktik langsung, diskusi, latihan, dan studi kasus. Pada pelatihan Word, peserta diajarkan dasar-dasar pembuatan dan pengeditan dokumen (Santiari & Rahayuda, 2018), penggunaan tabel, grafik, hingga pembuatan dokumen profesional. Pada pelatihan Excel, peserta diperkenalkan pada spreadsheet, rumus dasar (SUM, AVERAGE, IF, VLOOKUP), pengelolaan data (sort, filter, pivot table), hingga pembuatan grafik (Gede dkk., 2025; Julaehta, 2019). Teknik pembelajaran bersifat interaktif, berbasis proyek, dan disertai umpan balik agar peserta dapat langsung mengaplikasikan materi pada kebutuhan usaha mereka.

### 2.2 Sosialisasi *Branding* Logo & Pemasaran Digital

Dilaksanakan melalui sosialisasi partisipatif dengan pelaku UMKM. Tahapan kegiatan meliputi survei usaha, penyusunan materi *branding*, penyampaian materi melalui presentasi interaktif, diskusi, serta praktek langsung membuat logo dan konten digital (Siagian dkk., 2020). Peserta juga diperkenalkan strategi pemasaran melalui media sosial dan *marketplace*. Evaluasi dilakukan dengan kuesioner dan diskusi untuk menilai pemahaman serta efektivitas program.

### 2.3 Pemetaan UMKM

Dilakukan dengan observasi lapangan, survei, dan wawancara mendalam. Data yang dikumpulkan mencakup jenis usaha, kapasitas produksi, distribusi, dan tantangan yang dihadapi. Analisis dilakukan secara deskriptif dan SWOT untuk mengetahui potensi dan kendala UMKM. Hasilnya disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan titik lokasi di Google Maps (Setyo & Marsisno, 2021) agar mempermudah akses konsumen serta menjadi dasar rekomendasi pengembangan usaha.

Seluruh program dilaksanakan secara sistematis melalui koordinasi awal dengan aparat desa, pelaksanaan sesuai metode masing-masing proker, dan evaluasi akhir bersama masyarakat serta mitra desa.

## 3. HASIL DAN DISKUSI

Dari tiga program kerja unggulan yang digabungkan, dapat terlihat bahwa ketiganya saling melengkapi dan memberikan jangkauan manfaat yang lebih luas, baik dari sisi internal masyarakat maupun eksternal dalam memperkuat UMKM.

### 3.1 Pelatihan Microsoft Word dan Excel

Program kerja pertama adalah pengenalan aplikasi Microsoft Word & Excel. Kemampuan dasar dalam mengoperasikan komputer dan kedua aplikasi ini menjadi bekal awal bagi peserta untuk membuat serta mengelola data, seperti surat-menyurat, nota, dokumen, laporan, hingga pembukuan sederhana. Pelatihan juga melatih peserta mengolah data menggunakan Excel, mulai dari menginput data, membuat tabel, hingga menyusun nota digital. Hal ini membantu masyarakat dalam meningkatkan keterampilan administrasi dasar.



Gambar 1. Pelatihan Word & Excel

### 3.2 Sosialisasi *Branding* Logo dan Kemasan serta Pemasaran secara Digital

Program kerja kedua adalah pengenalan *branding* dan pemasaran digital. Kegiatan ini ditujukan untuk meningkatkan nilai (*value*) produk UMKM agar lebih mudah dikenal dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas. *Branding* dilakukan melalui pembuatan logo dan kemasan sederhana (Ainun dkk., 2023), sedangkan pemasaran digital memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi (Siagian dkk., 2020). Dengan cara ini, UMKM mulai memiliki identitas visual dan strategi promosi yang lebih modern. (Santiari & Rahayuda, 2018)



Gambar 2. Sosialisasi *Branding* Logo & Marketing.

### 3.3 Pemetaan UMKM

Program kerja ketiga adalah pemetaan UMKM di Google Maps. Setelah peserta mengenal perangkat lunak untuk mendukung administrasi dan memahami pentingnya *branding*, dilakukan penandaan lokasi usaha pada Google Maps (Setyo & Marsisno, 2021). Hal ini dilakukan agar konsumen dapat lebih mudah menemukan lokasi UMKM, sekaligus mempermudah akses informasi mengenai aset-aset penting kampung. Pemetaan ini menjadi langkah baik untuk meningkatkan kualitas, jumlah dan jangkauan terhadap UMKM (Setyo & Marsisno, 2021).



Gambar 3. Pemetaan UMKM

Secara keseluruhan, dengan penggabungan tiga program ini, peserta memperoleh wawasan yang lebih luas tentang berbagai alat bantu digital yang dapat memudahkan pekerjaan, memperkuat identitas produk, serta memperluas akses pasar. Ketiga program kerja ini saling terkait. Mulai dari keterampilan komputer dasar menjadi

fondasi pengelolaan data, *branding* dan pemasaran digital memberikan nilai tambah produk, dan pemetaan di Google Maps melengkapi dengan aksesibilitas yang lebih luas. Dengan demikian, kombinasi ketiga program ini membentuk sinergi dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di era digital.

#### 4. KESIMPULAN

Akhirnya, baik dari program pelatihan Microsoft Word & Excel, sosialisasi *branding* dan pemasaran digital, maupun pemetaan UMKM, semuanya terbukti dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital masyarakat, memperkuat nilai produk, dan memperluas jangkauan secara digital.

Namun, keberlanjutan program ini masih sangat diperlukan. Pendampingan jangka panjang, penyediaan jaringan internet yang memadai, serta dukungan dari pemerintah desa dan masyarakat menjadi kunci agar hasil yang diperoleh tidak berhenti di satu periode KKN saja. Dengan kolaborasi tersebut, UMKM dapat terus berkembang, lebih adaptif terhadap teknologi, dan memberikan manfaat nyata bagi perekonomian desa.

#### REFERENSI

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun *branding* pada UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 674–681.
- Cahyat, A., Iranon, B., Edna, B., Dalip, D., Tiaka, D., & Haripuddin, T. (2005). *Profil kampung-kampung di Kabupaten Kutai Barat: Kondisi sosial ekonomi kampung-kampung*. CIFOR.
- Gede, I. N., Tondok, Y., Neyland, J. S., Ulaan, T. V., & Lumintang, R. C. (2025). PKM Pelatihan Dasar Microsoft Excel Bagi Siswa SMP Swadarama Mopugad Kec. Dumoga Utara Kab. Bolaang Mongondow. *The Studies of Social Sciences*, 7(1), 28–39.
- Julaeha, S. (2019). Sosialisasi Pengoperasian Microsoft Excel untuk Administrasi Data Matematis pada Karang Taruna. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 2(03), 280–286.
- Mahadika, G. (2025). Pekebun Dayak Benuaq Agroforestri “orang hulu” memelihara keanekaragaman hayati. 2025.
- Mustikawati, A. (t.t.). *KAJIAN MOTIF CERITA KEPAHLAWANAN MONAQ DAN DALUNG DAYAK BENUAQ, TUNJUNG, DAN RENTENKNG MOTIVE REVIEW OF MONAQ AND DALUNG EPOS OF DAYAK BENUAQ, TUNJUNG, AND RENTENKNG*.
- Rahmawati, A., & Husna, A. I. N. (2023). Perancangan Logo UMKM untuk *Branding* sebagai Identitas Baru. *Jurnal Abdimas Komunikasi dan Bahasa*, 3(1), 25–30.
- Santiari, N. P. L., & Rahayuda, I. G. S. (2018). Pelatihan Ms. Word Pada SDN 1 Gulingan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Borneo*, 2(1), 8–13.
- Setyo, M. A., & Marsisno, W. (2021). *Kajian Pemanfaatan Data Google Maps untuk Pemenuhan Variabel Jumlah dan Jarak Infrastruktur PODES*. 2021(1), 1065–1075.
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan pemasaran produk dalam memanfaatkan media sosial di era digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44.
- Sugiarto, G. A. (2017). *Identitas Budaya Lokal Suku Dayak dalam Adat Perkawinan Masyarakat Dayak Tunjung*.
- Syuhada, S., Murtadlo, A., & Rokhmansyah, A. (2018). Nilai Dalam Cerita Rakyat Suku Dayak Tunjung Tulus Aji Jangkat Di Kutai Barat: Kajian Folklor. *Ilmu Budaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 2(2), 188–195.