

PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT: MENINGKATKAN BRANDING UMKM KOTA MAKASSAR MELALUI IMPLEMENTASI MODUL COMPANY PROFILE PADA WEBSITE

Rini Nur^{1*}, Dahlia Nur², Eddy Tungadi³, Pulung Hendro Prastyo⁴, Irfan Syamsuddin⁵, Hartinah⁶, Wahyuddin Saputra⁷,
Paula Yuniarta Seli⁸, Nia Mandasari⁹, Ferdi Seswanto¹⁰, Muhammad Ikhsan¹¹, Ahmad Firdaus¹², Ismi Batari Agung¹³
¹⁻¹³Jurusan Teknik Informatika dan Komputer Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

ABSTRACT

The BSI UMKM Center Makassar, which fosters and supports approximately 500 UMKM through training, mentoring, and consultation, has identified that UMKM in Makassar City face challenges in expanding their markets due to their reliance on traditional marketing strategies and their inadequate use of digital technology. This Community Service activity, initiated by the Community Partnership Program (PKM) Team of the Computer and Network Engineering Study Program, Department of Informatics and Computer Engineering (ICT), in collaboration with the BSI UMKM Center Makassar as a partner, aims to improve UMKM branding through the implementation of a company profile module based on adaptive access rights on the website, a result of research. The activity method included workshops for 20 UMKM and intensive mentoring for four selected UMKM to build websites with dynamic company profile features. The results of the activity demonstrated increased UMKM interest in utilizing digital platforms, as well as the creation of four UMKM company profile websites with adaptive access rights modules, aimed at expanding marketing and increasing business visibility on digital platforms. This program not only impacts UMKM independence in digital branding but also serves as a project-based learning tool for students.

Keywords: *UMKM; branding; website; company profile; digitalization*

ABSTRAK

BSI UMKM Center Makassar yang membina dan mewadahi sekitar 500 UMKM melalui pelatihan, pendampingan, konsultasi telah mengidentifikasi bahwa UMKM di Kota Makassar menghadapi tantangan dalam memperluas pasar karena masih mengandalkan strategi pemasaran tradisional dan belum optimal memanfaatkan teknologi digital. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang diinisiasi oleh Tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Program Studi Teknik Komputer dan Jaringan, Jurusan Teknik Informatika dan Komputer (TIK) yang menggandeng BSI UMKM Center Makassar sebagai mitra bertujuan meningkatkan branding UMKM melalui implementasi modul *company profile* berbasis hak akses adaptif pada website yang merupakan hasil riset penelitian. Metode kegiatan meliputi workshop kepada 20 UMKM dan pendampingan intensif pada 4 UMKM terpilih untuk membangun website dengan fitur *company profile* yang dinamis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan minat UMKM dalam memanfaatkan platform digital serta terbentuknya empat website *company profile* UMKM dengan modul hak akses adaptif yang bertujuan untuk memperluas pemasaran serta meningkatkan visibilitas usaha di platform digital. Program ini tidak hanya berdampak pada kemandirian UMKM dalam branding digital, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran berbasis proyek (Project Based Learning) bagi mahasiswa.

Kata kunci: *UMKM; branding; website; company profile; digitalisasi*

1. PENDAHULUAN

BSI UMKM Center Makassar sebagai bagian dari jaringan nasional Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki sekitar 500 UMKM binaan berfokus pada peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan, pendampingan, konsultasi, akses pembiayaan, dan fasilitasi pemasaran produk. Program ini bertujuan untuk membantu UMKM agar dapat naik kelas dan bersaing di pasar regional dan global. Hal ini merupakan upaya BSI untuk bisa mengoptimalkan peran pelaku ekonomi kerakyatan/UMKM di wilayah Indonesia Timur (Pulau Sulawesi, Maluku hingga Papua). Sejak Bulan Juli Tahun 2024 BSI UMKM Center Makassar berdiri dan telah memiliki kantor sekaligus sebagai tempat dan wadah pembinaan UMKM di Jalan Sungai Saddang lama No. 40 Makassar, dimana kegiatan-kegiatan seperti konsultasi dan pelatihan UMKM berpusat di tempat ini. Sejak berdirinya sampai sekarang, semakin banyak UMKM binaan BSI UMKM Center Makassar aktif berkegiatan di tempat tersebut dalam rangka konsultasi usaha, bimbingan, pelatihan dan pendampingan usaha.

* Korespondensi penulis: Rini Nur, email rini@poliupg.ac.id

UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, namun masih menghadapi keterbatasan dalam hal pemasaran, akses pasar, dan pengelolaan branding. Dari hasil evaluasi BSI UMKM Center menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Kota Makassar belum memanfaatkan kanal digital secara optimal.

Usaha BSI UMKM Center dalam mengembangkan digitalisasi UMKM memiliki peran penting dalam membantu usaha kecil dan menengah beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Digitalisasi dapat membuka peluang baru untuk pengembangan UMKM, mulai dari branding usaha, pemasaran produk secara online hingga pengelolaan bisnis yang lebih efisien karena selama ini ditemui berbagai hambatan dialami oleh UMKM dalam pengembangan usaha.

BSI UMKM Center telah mengidentifikasi berbagai bentuk digitalisasi yang telah diterapkan oleh para UMKM binaannya. Secara umum, pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM tersebut masih terbatas pada penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi. Namun, untuk memperkuat visual branding dan positioning usaha secara lebih profesional dan berkelanjutan, pemanfaatan website sebagai salah satu platform digital utama memiliki keunggulan strategis tersendiri. Strategi pemanfaatan website dan media sosial oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperkuat citra merek [1].

Website dengan company profile yang dikelola secara profesional dapat meningkatkan kepercayaan, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat identitas merek [2]. Kredibilitas situs web merupakan salah satu hal yang mendukung desain profil usaha profesional untuk meningkatkan kepercayaan konsumen [3].

Soleimani et al. memaparkan bahwa faktor-faktor seperti desain antarmuka yang rapi, testimoni pelanggan, serta keamanan situs dapat menurunkan tingkat ketidakpercayaan (mistrust) [4]. Sementara itu, Singh et al. menemukan bahwa persepsi keamanan dan kemudahan navigasi meningkatkan keyakinan pengguna terhadap platform daring [5]. Berdasarkan temuan tersebut, UMKM disarankan menampilkan profil usaha dengan foto produk berkualitas, identitas merek yang konsisten, serta kebijakan yang jelas untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

Namun demikian pengelolaan konten pada website membutuhkan keahlian tersendiri, di satu sisi UMKM lebih terfokus pada transaksi penjualan dan pada umumnya memiliki keterbatasan kemampuan dalam mengelola profil digital. Oleh karena itu, dibutuhkan solusi berupa implementasi modul company profile adaptif yang memungkinkan UMKM mengelola konten tanpa bergantung pada programmer.

Dalam hal memecahkan persoalan yang ditemui dalam rangka mewujudkan digitalisasi UMKM, BSI UMKM Center Makassar membutuhkan berbagai mitra untuk berkolaborasi secara spesifik dalam hal pengembangan UMKM di Makassar khususnya dan di Indonesia Timur pada umumnya.

Dalam rangka melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, Tim Program Kemitraan Masyarakat yang terdiri dari beberapa dosen bersama mahasiswa dari Prodi Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ), Jurusan Teknik Informatika dan Komputer (TIK), Politeknik Negeri Ujung Pandang (PNUP) menawarkan kerjasama dengan BSI UMKM Center Makassar sebagai mitra khususnya dalam hal pengembangan digitalisasi UMKM di Kota Makassar sebagai wujud penerapan hasil riset dosen ke Masyarakat [6]. Kegiatan PKM dalam rangka digitalisasi UMKM ini sejalan dengan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang mendorong mahasiswa untuk belajar di luar kampus melalui kegiatan nyata.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM dilakukan melalui dua tahap utama: (1) Workshop kepada 20 UMKM mengenai branding digital dengan materi mencakup strategi branding, *company profile website*, serta tutorial teknis. (2) Tahapan pendampingan meliputi wawancara, pengumpulan data, pembuatan website, finalisasi, dan hosting domain.

Pendampingan kepada 4 UMKM terpilih dalam membangun website dengan implementasi company profile pada website. Website yang dibuat melalui proses PBL Mahasiswa Prodi Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ), Jurusan Teknik Informatika dan Komputer (TIK).

Website dirancang menggunakan modul manajemen hak akses modul dan data. Gambar 1 merupakan modul pada program untuk manajemen modul website yang diterapkan sehingga website akan bersifat adaptif.

Manajemen Menu

Cari data:

Menampilkan 25 entri

No	Label	parent	Ikon	Modul	Urutan	Status	Keterangan	Opsi
1	System Access	null	👤	#	1	Aktif		✎ ✖ 🔒
2	Daftar Menu	System Access	☰	menu	1	Aktif		✎ ✖ 🔒
3	Akses Modul	System Access	🔑	hak_akses	2	Aktif		✎ ✖ 🔒
4	Aksi View	System Access	👁	hak_aksi	3	Aktif		✎ ✖ 🔒
5	Dashboard	null	🏠	home	0	Aktif		✎ ✖ 🔒
6	Manajemen User	System Access	👤	user	4	Aktif		✎ ✖ 🔒
7	Role User	System Access	👤	role	5	Aktif		✎ ✖ 🔒

Gambar 1. Manajemen Modul pada Website

Keuntungan implementasi company profile pada website berbasis modul hak akses adaptif ini antara lain: (1) mempermudah UMKM memperbarui konten website tanpa keterlibatan teknis programmer, (2) meningkatkan kepercayaan konsumen melalui tampilan profil usaha yang professional, (3) memperluas jangkauan pasar dengan integrasi media sosial dan optimasi mesin pencari (SEO).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan workshop dengan tema: Meningkatkan Branding UMKM Kota Makassar Melalui Implementasi Modul Company Profile pada Website Tujuan workshop ini untuk menghasilkan peningkatan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya digitalisasi serta memperkenalkan platform digital terutama website yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM. Selain itu, kegiatan ini melibatkan mahasiswa PNUP dalam pembelajaran berbasis proyek, sehingga menghasilkan pengalaman praktis sesuai Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).



Gambar 2. Peserta Workshop dan Tim PKM

Nara sumber memberikan materi tentang optimasi platform digital untuk memperkuat pasar UMKM dimana peserta memperoleh wawasan dan kiat tentang pemanfaatan platform digital untuk promosi dan pemasaran produk dan jasa UMKM. Selain itu pada materi tentang company profile website sebagai strategi digital branding UMKM dijelaskan apa saja konten yang disajikan pada company profile website serta ditekankan kiat-kiat dalam membuat company profile pada website, kuncinya bukan hanya menonjolkan estetika tampilan desain, tetapi lebih penting lagi adalah memastikan kelengkapan informasi yang dibutuhkan pasar.

Tutorial berupa cara menghubungkan aplikasi media sosial dengan alamat URL website sehingga pengunjung atau *customer* dapat langsung mengakses website UMKM saat mengunjungi media sosial sehingga dapat dikatakan bahwa platform digital yang dimiliki UMKM telah terintegrasi. Studi empiris menunjukkan adanya korelasi positif antara integrasi media sosial dan kinerja UMKM [7]. Integrasi media sosial terbukti menjadi peluang besar bagi UMKM [8].

Saat sesi tanya jawab dan diskusi terungkap bahwa beberapa pelaku UMKM membutuhkan follow-up kegiatan ini berupa workshop tentang optimasi pada mesin pencari sehingga visibilitas UMKM di dunia digital semakin meningkat. Gambar 3. menunjukkan suasana pelaksanaan workshop tersebut.

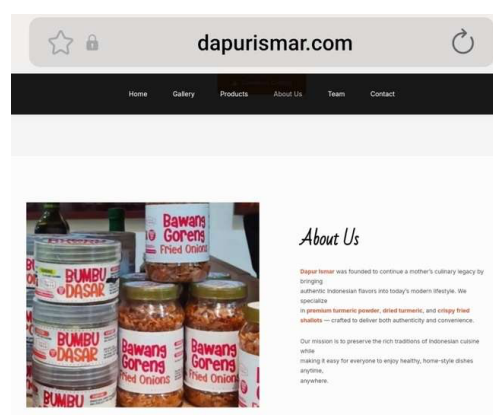


Gambar 3. Pelaksanaan Workshop



Gambar 4. Pendampingan UMKM

Dari 20 peserta, 4 (empat) UMKM terpilih didampingi oleh TIM PKM bersama mahasiswa PBL dalam pengembangan website. Kegiatan dilaksanakan sejak pertengahan Bulan September 2025 dimana pertemuan dengan pemilik UMKM untuk wawancara dan pengambilan data dilakukan di Gedung BSI UMKM Center atau di tempat usaha UMKM seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 5. Website UMKM Hasil PKM

Tahap akhir pendampingan ini adalah menempatkan website tersebut pada provider hosting internet. Gambar 5 merupakan salah satu website yang dihasilkan pada tampilan company profile yang telah dapat diakses melalui internet. Alamat website ini kemudian dipasang pada media sosial UMKM sehingga customer yang mengunjungi media sosialnya juga dapat langsung terhubung ke website UMKM tersebut.

Melalui integrasi sistem informasi pada bisnis akan memperkuat brand positioning UMKM [9], sehingga transformasi digital meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan mendukung keberlanjutan bisnis [10].

4. KESIMPULAN

Implementasi modul company profile pada website akan menjadi platform efektif meningkatkan branding dan visibilitas UMKM di Kota Makassar. Kegiatan PKM ini mendorong kemandirian UMKM dalam mengelola konten digital, memperkuat daya saing, dan membuka peluang pasar lebih luas. Di sisi lain, program ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan mahasiswa melalui Project Based Learning (PBL).

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Politeknik Negeri Ujung Pandang atas pembiayaan kegiatan ini serta BSI UMKM Center Kota Makassar yang telah bekerja sama sebagai mitra Program Kemitraan Masyarakat ini.

6. DAFTAR RUJUKAN

- [1] R. P. Sari, A. Yuliana, dan R. S. Utami, “Pemanfaatan Website dan Media Sosial dalam Penguatan Branding UMKM,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi dan Inovasi*, vol. 3, no. 2, pp. 115–122, 2023.
- [2] R.Nur, dkk., *Perekonomian Indonesia dalam konteks multisektor: tantangan dan peluang sektor e-commerce di Indonesia*, Ternate: Kamiya Jaya Aquatik, 2024.
- [3] A.Yusuf etc, “E-Trust in E-Commerce: A Systematic Literature Review,” *Proceedings of the 3rd Borobudur International Symposium on Humanities and Social Science*, pp.638-644, January 2021.
- [4] M. Soleimani, Z. Bagheri, and M. Saeedi, “Buyers’ Trust and Mistrust in E-Commerce Platforms: A Synthesizing Literature Review,” *Electron. Commerce Res.*, 2022.
- [5] N. Singh, V. Sharma, and R. Kumar, “An Analysis of Consumers’ Trusting Beliefs Towards the Use of Online Shopping Platforms,” *Humanit. Soc. Sci. Commun.*, vol. 11, no. 1, 2024.
- [6] E. Tungadi, I.Yusri, Serpian, Irmawati, M. Olivya, MNY. Utomo, “Access right to module and data attachment for company profile administrator module”, *Prosiding 1st International Multidisciplinary Conferences of Applied Sciences (IMCAS)*, vol. 3140, July 18-19 2023.
- [7] E. Bruce, S. Keelson, J. Amoah, dan S. Bankuoru Egala, “Social media integration: An opportunity for SMEs,” *Cogent Business & Management*, vol. 10, no. 1, 2023.
- [8] A. Al-Azzam and M. O. Al-Sudani, “Social Media Integration: An Opportunity for SMEs,” *J. Digit. Bus. Innov.*, vol. 3, no. 1, pp. 11–22, 2025.
- [9] S.P. Hastuti, “Transformasi digital UMKM dalam meningkatkan daya saing”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol 15, no 2, hal 123–35, 2020.
- [10] D. Angraini, dkk., “Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. J Pendidikan Ekonomi dan Wirausaha”, *Eklektik*, vol 7, no 2, 2024