

Pengembangan UMKM dan Literasi Digital Desa Wonorejo Kabupaten Karanganyar

Irhas Safaat¹, Fadlan Khoiri¹, Bahtiar Surya Pinilih¹, Elvina Maharani¹, Elisa Intan Fatrilia¹, Hadis Turmudi^{1*}

¹Program Studi Informatika, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Surakarta, Surakarta, Indonesia

Article Information

Article history:

Received April 17, 2025
Approved April 23, 2025

Keywords:

Kuliah Kerja Nyata (KKN);
Literasi Digital; Keamanan
Digital; Sosialisasi

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan program wajib bagi mahasiswa perguruan tinggi yang bertujuan untuk menerapkan ilmu pengetahuan akademis pada kehidupan nyata, meningkatkan keterampilan sosial, dan memberikan solusi atas permasalahan masyarakat. Program KKN ini berfokus pada peningkatan kualitas penjualan dan pemasaran bagi UKM setempat melalui peningkatan banner promosi, dan peningkatan kewaspadaan masyarakat terhadap ancaman hoax dan link phishing berbasis Artificial Intelligence (AI) melalui sosialisasi literasi digital. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi masalah, analisis kausalitas, penentuan solusi (kemitraan kampus-desa, peningkatan pemasaran UKM, sosialisasi literasi digital), implementasi solusi (pembuatan banner, sosialisasi), dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme masyarakat terhadap sosialisasi pencegahan hoax AI dan dampak positif pemasangan banner terhadap visibilitas UKM. Program ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital, kewaspadaan keamanan siber, dan efektivitas pemasaran UKM di Desa Wonorejo.

© 2025 JGEN

*Corresponding author email: hadis@dosen.amikomsolo.ac.id

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pengabdian masyarakat yang wajib diikuti oleh mahasiswa sebagai bagian dari proses akademik di perguruan tinggi. Program ini dirancang agar mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan ke dalam kehidupan nyata, sekaligus menjadi wadah bagi mereka untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial yang beragam serta memahami dinamika sosial dan ekonomi yang dihadapi masyarakat. Berdasarkan referensi jurnal, KKN bertujuan memperkuat hubungan antara akademisi dan masyarakat serta memberikan solusi

terhadap berbagai permasalahan sosial dan ekonomi yang ada (Syardiansah, 2019). Dengan adanya program ini, diharapkan mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman akademik yang lebih mendalam, tetapi juga memiliki empati dan kepedulian sosial yang tinggi dalam membantu menyelesaikan berbagai permasalahan masyarakat.

Selain sebagai bentuk pengabdian, KKN juga bertujuan meningkatkan keterampilan sosial mahasiswa dalam menghadapi dan menyelesaikan masalah di masyarakat. Dalam prosesnya, mereka akan berinteraksi langsung dengan berbagai kelompok masyarakat, belajar berkomunikasi secara efektif, serta memahami kebutuhan dan harapan warga. Melalui KKN, mahasiswa memperoleh pengalaman dalam membangun komunikasi, bekerja dalam tim, serta menerapkan keterampilan kepemimpinan yang diperlukan di dunia kerja. Pengalaman ini sangat berharga sebagai bekal profesional, di mana mahasiswa dituntut mampu bekerja sama dalam tim, berpikir kritis, serta memiliki kemampuan memecahkan masalah secara efektif. Dengan demikian, KKN bukan hanya sekadar program akademik, tetapi juga merupakan pembelajaran sosial yang membentuk karakter dan etos kerja mahasiswa di masa depan.

Selanjutnya sehubungan dengan konsep Tri Dharma Perguruan Tinggi yang salah satu pilarnya Pengabdian Masyarakat, maka KKN menjadi pilihan tepat guna mengimplementasikan ilmu yang diperoleh para mahasiswa dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan KKN Tematik (KKNT) menjadi pilihan dikarenakan sejalan dengan visi misi Prodi maupun Lembaga Pendidikan Tinggi STMIK AMIKOM Surakarta yang memfokuskan pada penerapan teknologi informasi dalam berbagai aspek kehidupan. Adanya kegiatan KKNT menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mampu berperan serta dalam memajukan kehidupan masyarakat terutama masyarakat pedesaan yang masih identik dengan keterbelakangan dan ketertinggalan dalam hal teknologi informasi (Turmudi dkk, 2019).

Pada pelaksanaan KKNT kali ini, program utama yang akan dijalankan adalah peningkatan penjualan dan kualitas pemasaran bagi mitra usaha lokal, salah satunya melalui perbaikan *banner* promosi. *Banner* memiliki peran penting dalam menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan daya saing produk di pasar. Dalam dunia bisnis, visual *marketing* menjadi strategi pemasaran yang efektif, di mana tampilan yang menarik dan informatif dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk atau layanan (Anisa Khairany, Nisrina Rahmadhani, n.d.). Oleh karena itu, perancangan *banner* yang lebih menarik dengan desain modern serta informasi yang jelas dan padat diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pemasaran. Tidak hanya itu, perbaikan *banner* juga memberikan kesan profesionalisme bagi mitra usaha lokal, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Seiring perkembangan teknologi dan media sosial, muncul berbagai ancaman baru seperti hoaks berbasis kecerdasan buatan (AI) dan tautan *phishing* yang berbahaya. Hoaks merupakan informasi palsu atau menyesatkan yang disebarkan untuk mempengaruhi opini publik atau menimbulkan kebingungan (Herlina & Lokananta, 2018). Sementara itu, kecerdasan buatan (AI) adalah teknologi yang memungkinkan mesin atau program komputer meniru kemampuan berpikir dan pengambilan keputusan manusia, termasuk dalam pembuatan konten yang tampak autentik namun dapat digunakan untuk

menyebarkan informasi yang salah (Afandi & Kurnia, 2023). Kemajuan teknologi memang membawa manfaat besar dalam komunikasi dan penyebaran informasi, tetapi di sisi lain juga menghadirkan tantangan baru berupa penyebaran informasi palsu yang merugikan masyarakat. Hoaks berbasis AI, misalnya, dapat digunakan untuk menyebarkan informasi menyesatkan dengan sangat meyakinkan, sehingga sulit dibedakan dari fakta.

Sementara itu, tautan *phishing* merupakan bentuk serangan siber di mana pelaku menyebarkan tautan berbahaya yang mengarahkan korban ke situs palsu dengan tampilan menyerupai situs resmi untuk mencuri informasi mereka (Sahfitri et al., 2024). Bahaya tautan *phishing* sangat besar karena dapat menyebabkan pencurian identitas, peretasan akun pribadi, hingga kerugian finansial yang signifikan. Banyak korban tidak menyadari bahwa mereka telah memasukkan data pribadi ke dalam situs palsu hingga akun mereka diretas atau dana mereka dikuras oleh pelaku kejahatan siber. Oleh karena itu, program KKNT ini juga akan difokuskan pada peningkatan kewaspadaan masyarakat terhadap ancaman tersebut melalui sosialisasi. Dengan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai cara mengenali hoaks berbasis AI dan *phishing*, masyarakat dapat lebih waspada dalam menggunakan media sosial dan internet serta mampu melindungi diri dari ancaman digital yang semakin berkembang.

Begitu juga dengan Desa Wonorejo Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Klaten, memiliki karakteristik desa yang banyak akan potensi pelaku UMKM. Adanya para pelaku UMKM harus mampu dimaksimalkan keberadaannya, terlebih dengan perkembangan teknologi informasi sebagai media promosi yang efektif. Namun para pelaku UMKM yang ada di desa setempat saat ini dalam melakukan pemasaran masih mengandalkan secara tradisional yakni dari mulut ke mulut. Hal ini berdampak kurang maksimalnya pemasaran yang ada sehingga penghasilan yang ada juga belum maksimal.

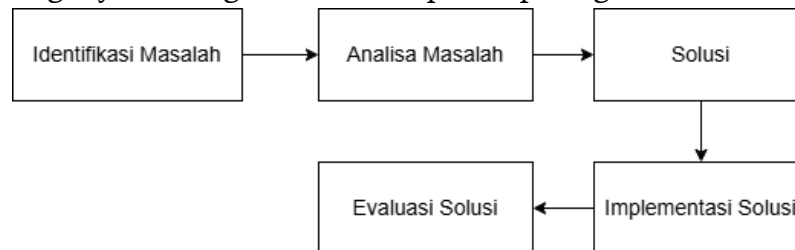
Padahal setiap desa di Indonesia memiliki karakteristik masing-masing termasuk dalam pola produksinya. Setiap produksi yang ada di daerah pedesaan hendaknya harus mampu di maksimalkan sehingga membawa kebermanfaatn bagi warga setempat. Banyaknya olahan produk lokal dengan berbagai karakteristiknya menjadi daya tarik tersendiri, karena akan menimbulkan setiap desa dengan produk unggulannya masing-masing. Adanya produk unggulan desa harus mampu dipasarkan secara baik serta diperkenalkan dengan dunia luar. Hal ini akan membawa dampak positif bagi desa dengan terjadinya peningkatan kehidupan ekonomi warga, sehingga pembangunan desa dapat berjalan dengan baik dan sukses. (Turmudi dkk, 3024)

Berdasarkan permasalahan di atas, tim KKNT akan mengembangkan berbagai program untuk meningkatkan efektivitas pemasaran sekaligus membangun kesadaran masyarakat terhadap keamanan digital. Melalui kerja sama dengan berbagai pihak, seperti pelaku usaha lokal dan tokoh masyarakat, diharapkan program yang dijalankan dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Implementasi program ini tidak hanya memberikan kontribusi langsung dalam membantu masyarakat, tetapi juga mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam menghadapi tantangan di dunia nyata. Dengan demikian, KKNT menjadi pengalaman bermakna yang mengasah keterampilan,

memperluas wawasan, serta membentuk kepedulian sosial mahasiswa terhadap masyarakat sekitar.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat “KKN Tematik Pengembangan UMKM dan Literasi Digital Desa Wonorejo Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar” sebagaimana ditampilkan pada gambar 1.



Gambar 1. Alur Metode Pelaksanaan

Untuk kerangka pemecahan masalah pada kegiatan KKNT ini telah dirancang yaitu:

1. Identifikasi Masalah, melakukan identifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat, terutama dalam aspek pengelolaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta literasi digital, khususnya terkait dengan kesadaran akan keamanan internet. Hasil observasi menunjukkan bahwa masih terdapat kendala dalam pengembangan strategi pemasaran UMKM dan rendahnya pemahaman masyarakat mengenai penggunaan internet yang aman dan bijak.
2. Setelah mengidentifikasi permasalahan utama, dilanjutkan dengan menganalisis terhadap faktor-faktor penyebabnya. Beberapa penyebab yang ditemukan antara lain kurangnya akses serta pemahaman pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif, terbatasnya pengetahuan masyarakat mengenai keamanan dalam menggunakan internet.
3. Penentuan Solusi, berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, beberapa solusi strategis untuk mengatasi permasalahan yang ditemukan.
4. Menjalin kemitraan yang lebih erat antara pihak kampus dan desa guna memperkuat program pemberdayaan masyarakat.
5. Membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing usahanya melalui penyediaan media pemasaran seperti *banner* dan pemanfaatan strategi pemasaran digital.
6. Mengadakan sosialisasi dan pelatihan terkait literasi digital, dengan fokus utama pada keamanan internet, agar masyarakat dapat menggunakan teknologi secara lebih aman dan produktif.
7. Pengimplementasian Solusi, dengan solusi yang telah dirancang kemudian diwujudkan dalam berbagai program kerja KKNT yang bersifat berkelanjutan. Beberapa bentuk implementasi yang dilakukan meliputi penyelenggaraan sosialisasi mengenai literasi digital keamanan internet bagi masyarakat desa, pendampingan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan strategi pemasaran digital, serta pembuatan media promosi seperti *banner* untuk mendukung pertumbuhan usaha lokal.

8. Evaluasi Solusi Setelah tahap implementasi, setelah melakukan evaluasi guna menilai efektivitas dari solusi yang telah diterapkan. Evaluasi ini mencakup peninjauan terhadap dampak program terhadap peningkatan pemahaman masyarakat mengenai literasi digital dan keamanan internet, serta efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM desa. Jika ditemukan kendala atau kekurangan dalam pelaksanaan program, maka dilakukan perbaikan serta penyesuaian agar manfaat yang dihasilkan dapat lebih optimal dan berkelanjutan bagi masyarakat Desa Wonorejo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan KKNT yang dilaksanakan di Desa Wonorejo, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar, difokuskan pada pengembangan UMKM dan literasi digital kepada masyarakat. Program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM dan menyadarkan masyarakat akan pentingnya literasi digital pada jaman sekarang.

1. Sosialisasi Bahaya Media Sosial: Hoaks AI dan *Phising Link*

Dalam era digital yang terus berkembang ini, masyarakat akan dihadapkan pada tantangan baru yang salah satunya adalah Hoaks atau sering disebut dengan penyebaran berita bohong dan juga ancaman *Phising*, sehingga penting untuk memberikan literasi informasi di kalangan pengguna (Zoltán & Weigand, 2023). Dengan hal tersebut dapat menyebabkan kerugian baik secara pribadi maupun sosial. Peristiwa ini menjadi isu global yang sangat berdampak langsung pada keamanan informasi dan kepercayaan publik terhadap media digital. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2021) menunjukkan bahwa literasi digital di kalangan masyarakat dapat menjadi upaya preventif dalam menanggulangi Hoax.

Dalam upaya mengatasi masalah tersebut, tim KKNT melaksanakan program yang bertema “Sosialisasi Literasi Digital: Pencegahan Hoaks AI” program Sosialisasi Literasi Digital bersama ibu-ibu PKK dilakukan di salah satu rumah warga yang mendapat jatah giliran dari setiap RT, dari ibu-ibu PKK peserta yang datang sebanyak 35 peserta atau 90% ibu-ibu PKK menghadiri program sosialisasi. Tujuan dari program ini agar dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya verifikasi informasi dan juga kehati-hatian dalam mengakses tautan digital khususnya di kalangan ibu-ibu. Agar memperjelas materi yang disampaikan tim KKNT memberikan materi cara untuk memeriksa kebenaran informasi mengenai tautan yang mencurigakan, untuk memperdalam pemahaman masyarakat diadakan juga sesi tanya jawab agar memberikan ruang bagi partisipasi aktif.

Kegiatan ini memperoleh respons positif dari masyarakat. Hal ini dapat terlihat dari antusiasme pada saat berlangsungnya kegiatan terutama pada saat sesi tanya jawab berlangsung. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat agar dapat menyaring informasi digital dengan baik dan juga menjadi lebih sadar akan bahaya berita palsu (Hoax) dan tautan mencurigakan.

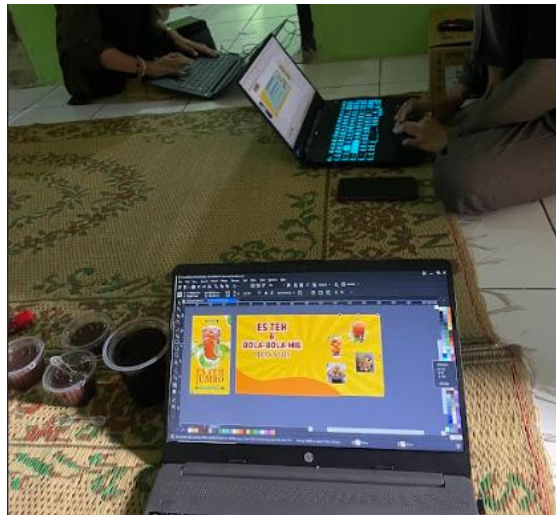


Gambar 2. Dokumentasi Persiapan Sosialisasi



Gambar 3. Dokumentasi Pelaksanaan Sosialisasi Pembuatan *Banner* UMKM

Salah satu program yang dijalankan oleh Tim KKNT di Desa Wonorejo adalah UMKM dalam meningkatkan daya tarik serta jangkauan pemasaran produk mereka. Program ini diwujudkan melalui kegiatan pembuatan *banner* promosi yang dirancang secara menarik dan informatif. Upaya ini bertujuan untuk membantu UMKM yang belum memiliki media promosi yang memadai, sehingga pemasaran produk mereka menjadi kurang optimal. Sebelum pelaksanaan program, tim melakukan survei terlebih dahulu untuk mengidentifikasi UMKM yang benar-benar membutuhkan bantuan dalam hal promosi. Survei ini dilakukan dengan mengunjungi langsung beberapa pelaku UMKM dan melakukan wawancara singkat terkait kendala yang mereka hadapi. Berdasarkan hasil survei tersebut, ditemukan bahwa sejumlah UMKM di Desa Wonorejo mengalami kesulitan dalam menarik perhatian pelanggan karena keterbatasan media promosi yang digunakan selama ini.



Gambar 4. Dokumentasi Proses Editing



Gambar 5. Dokumentasi Penyerahan *Banner*

2. Pembuatan dan Pemasangan *Banner* UMKM Desa.

Dari kegiatan tersebut, Tim KKNT berhasil melaksanakan beberapa tujuan. Pertama, dilakukan pembuatan dan pencetakan *banner* promosi bagi UMKM yang telah dipilih berdasarkan hasil survei. Desain *banner* disesuaikan dengan karakteristik produk masing-masing UMKM agar pesan promosi dapat tersampaikan dengan jelas dan efektif. Setelah proses pencetakan selesai, *banner-banner* tersebut kemudian diserahkan dan dipasang di lokasi strategis milik masing-masing pelaku usaha. Langkah ini terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk yang dijual. Informasi mengenai produk menjadi lebih mudah diakses oleh pelanggan, sehingga memperkuat citra usaha di mata konsumen. Selain itu, respons dari para pelaku UMKM juga sangat positif; mereka mengaku bahwa kehadiran *banner* membantu meningkatkan perhatian pelanggan terhadap produk yang mereka tawarkan, bahkan beberapa di antaranya mencatat adanya peningkatan kunjungan ke tempat usaha mereka setelah pemasangan *banner* dilakukan.

Adanya pemasangan *banner* sangat disambut antusias para pelaku UMKM Desa setempat. Hal tersebut dikarenakan *banner* menjadi salah satu media efektif bagi para pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk mereka serta memasarkan hasil produksi para UMKM. Dengan adanya kegiatan pemasangan *banner* warga lokal

khususnya pelaku UMKM berharap mampu meningkatkan penghasilan mereka yang berakhir bertambahnya kesejahteraan para pelaku UKM desa setempat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan sosialisasi literasi digital dan pencegahan hoaks AI dan *Phishing* ini diharapkan menjadi kontribusi positif bagi masyarakat di desa Wonorejo, agar lebih meningkatkan literasi digital dan kesadaran masyarakat terhadap hoax yang dibuat dengan AI. Melalui kegiatan sosialisasi ini juga diharapkan masyarakat desa wonorejo agar lebih bijak dalam menggunakan internet, baik itu untuk pribadi maupun untuk media promosi UMKM, di harapkan juga masyarakat lebih berhati hati dalam menjaga data pribadi masing-masing agar tidak di salah gunakan pada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Meskipun terdapat kendala waktu pelaksanaan yang bertepatan dengan bulan Ramadhan, antusiasme warga tetap tinggi dan program dapat dijalankan dengan baik. Diharapkan program ini dapat terus dikembangkan secara berkelanjutan agar manfaatnya semakin meluas, serta menjadi dasar bagi kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat desa dalam menghadapi tantangan era digital. Program yang telah dilaksanakan diharapkan dapat terus dikembangkan oleh pihak desa dan UMKM agar manfaatnya dapat berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan terselesaikannya penulisan laporan akhir KKNT ini, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung kami selama pelaksanaan KKNT ini :

1. STMIK Amikom Surakarta yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan KKN.
2. LPPM STMIK Amikom Surakarta yang telah mendukung pendanaan kegiatan KKN.
3. Pemerintah Desa Wonorejo Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar yang telah memberikan izin serta pengarahan selama kegiatan KKN.
4. Warga Masyarakat Desa Wonorejo yang telah mendukung dan membantu selama kegiatan KKN.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. R., & Kurnia, H. (2023). Revolusi Teknologi: Masa Depan Kecerdasan Buatan (AI) dan Dampaknya Terhadap Masyarakat. *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal*, 3(1), 9–13. <https://doi.org/10.47200/aossagcj.v3i1.1837>
- Herlina, M., & Lokananta, A. C. (2018). Dampak Informasi Hoax Dimedia Sosial Terhadap Tingkat Konflik Dan Sikap Pada Remaja. ... (Public Relation Dan Media ..., 2, 100–113. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/view/1257%0A>
- Khairany, A., Rahmadhani, N. C. N. T. (n.d.). Pemanfaatan media promosi visual “banner” sebagai upaya peningkatan pemasaran umkm.
- Sahfitri, A., Hukum, I., & Sumatera, U. (2024). PENIPUAN DIGITAL MELALUI TAUTAN PHISHING. 6(2), 92–107.

- Sari, E. N., Hermayanti, A., Rachman, N. D., & Faizi. (2021). Peran Literasi Digital Dalam Menangkal Hoax Di Masa Pandemi (Literature Review). *MADANI Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 13(3), 225–241.
- Syardiansah, S. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian Dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 57–68. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i1.915>
- Turmudi dkk. (2024). Developing Nature-Based Tourist Villages in Boyolali, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 19(2)695. doi. 10.18280/ijmdp.190226
- Turmudi, H. dkk. (2019). Pelatihan Pemuda Desa di Boyolali Dalam Pemasaran Digital Produk Olahan Minyak Jelantah. *SNPMas 2019 1*, Hal 334-343.
- Zoltán, K. A., & Weigand, L. (2023). From Provoking Emotions to fake Images: The Recurring Signs of fake news and Phishing Scams Spreading on Social Media in Hungary, Romania and Slovakia. *European Conference on Information Warfare and Security*, ECCWS, 2023-June(1), 726–732. <https://doi.org/10.34190/eccws.22.1.1547>