

Digitalisasi Usaha UMKM Azel Salon Melalui Branding, QRIS, dan Konten Digital di Desa Sumberjo

¹⁾Setyono Deni Handika*, ²⁾Khunafa Nur Khoiriah, ³⁾Mukasih Tri Agustina, ⁴⁾Syaiko Rosyidi

^{1,2,3,4)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas YPPI Rembang, Rembang, Jawa Tengah
Email Corresponding: stydhandika11@gmail.com khunafanurkhoiriah@gmail.com
mukasihtria@gmail.com syaiko.r22@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Digitalisasi Salon Kecantikan QRIS Konten Digital Berbasis AI Branding Digital Kuliah Kerja Usaha	Kuliah Kerja Usaha (KKU) adalah program pengabdian kepada masyarakat yang wajib dijalani mahasiswa sebagai bagian dari kurikulum perguruan tinggi. Azel Salon & Beauty Lash di Desa Sumberjo, Kecamatan Rembang menghadapi permasalahan krusial berupa belum terdaftarnya lokasi usaha di Google Maps, banner promosi yang pudar, sistem pembayaran manual yang rentan penipuan, minimnya konten promosi digital, serta keterbatasan pengelolaan media sosial yang menghambat pertumbuhan pelanggan. Metode pelaksanaan dilakukan melalui empat tahapan yaitu observasi dan identifikasi masalah, perencanaan program pendampingan, pelaksanaan program pendampingan, serta monitoring dan evaluasi yang dilaksanakan pada bulan April 2026. Program yang dilaksanakan meliputi pendaftaran <i>Google Maps</i> , pembuatan <i>banner</i> , aktivasi QRIS beserta edukasi pencegahan penipuan, pembuatan akun Instagram bisnis, pelatihan editing video menggunakan CapCut, dan pelatihan pemanfaatan AI Gemini untuk konten promosi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pemilik terhadap pemasaran digital dari 50% meningkat menjadi 80%, peningkatan jumlah pelanggan dari ±130 menjadi ±150 per bulan, akun Instagram @azel_salon berhasil dibuat dengan 32 pengikut dan rata-rata 180 views per konten video, serta lokasi usaha telah terdaftar di <i>Google Maps</i> dengan 11 ulasan. Kegiatan ini berkontribusi nyata terhadap peningkatan literasi digital dan daya saing UMKM jasa kecantikan di era ekonomi digital.
	ABSTRACT
Keywords: Beauty Salon Digitalization QRIS AI-Based Digital Content Digital Branding Business Work Lectures	The Business Work Lecture (KKU) is a community service program that is mandatory for students as part of the college curriculum. Azel Salon & Beauty Lash in Sumberjo Village, Rembang District, faced crucial problems such as the unregistered business location on Google Maps, faded promotional banners, a manual payment system that is vulnerable to fraud, a lack of digital promotional content, and limited social media management that hinders customer growth. The implementation method was carried out through four stages: observation and problem identification, mentoring program planning, mentoring program implementation, and monitoring and evaluation carried out in April 2026. The program implemented included Google Maps registration, banner creation, QRIS activation along with fraud prevention education, business Instagram account creation, video editing training using CapCut, and training on utilizing AI Gemini for promotional content. The results of the activity showed an increase in the owner's understanding of digital marketing from 50% to 80%, an increase in the number of customers from ±130 to ±150 per month, an Instagram account @azel_salon was successfully created with 32 followers and an average of 180 views per video content, and the business location has been registered on Google Maps with 11 reviews. This activity has made a real contribution to increasing digital literacy and the competitiveness of beauty service MSMEs in the digital economy era.
	This is an open access article under the CC-BY-SA license. 

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan ekonomi produktif yang dimiliki oleh individu maupun badan usaha dan telah memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Juairiyah et al., 2025). Menurut data yang dikumpulkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menempati 99% dari seluruh unit usaha di Indonesia dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 60,5%

dan penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% (Bakrie et al., 2024). Salah satu jenis UMKM yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan adalah UMKM di bidang jasa kecantikan, yang semakin diminati seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap penampilan dan perawatan diri. Azel Salon & Beauty Lash merupakan salah satu UMKM jasa kecantikan yang berlokasi di RT 03 RW 01, Desa Sumberjo, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang, yang telah berdiri sejak tahun 2019 dengan satu tenaga kerja dan bergerak di bidang *eyelash extension*, *nail art*, *hair smoothing*, serta layanan *homecare* dengan omset rata-rata Rp5.400.000 per bulan dan tingkat keuntungan 64,29%.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, pelaku UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan dan pengembangan usaha. Digitalisasi terbukti berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan UMKM (Harianto D. & Ahmad, 2024), sekaligus mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing usaha (Prameswari et al., 2026). Adopsi *digital marketing* terbukti berpengaruh positif terhadap produktivitas dan kinerja bisnis UMKM di negara berkembang (Deku et al., 2024). Hal ini diperkuat oleh temuan (Sharabati et al., 2024) yang menyatakan bahwa *digital marketing* mampu meningkatkan kinerja UMKM melalui peningkatan customer engagement dalam era transformasi digital. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram terbukti mampu meningkatkan jangkauan pemasaran dan daya saing UMKM secara signifikan (Fatonah et al., 2024). Selain itu, pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps* memiliki peran penting bagi UMKM karena memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha secara cepat dan akurat (Prameswari et al., 2026). Penerapan QRIS memberikan manfaat bagi kedua belah pihak karena transaksi menjadi lebih praktis dan aman (Farhan & Shifa, 2023). Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) membuka peluang bagi pelaku usaha untuk mengoptimalkan efisiensi dalam pembuatan konten promosi (Syaiful Amir & Maesaroh, 2025).

Namun kondisi ideal tersebut belum sepenuhnya tercapai oleh Azel Salon & Beauty Lash. Berdasarkan hasil observasi awal pada tanggal 6 April 2026, ditemukan gap yang signifikan antara kondisi aktual mitra dengan standar digitalisasi UMKM yang ideal. Sebelum pendampingan, pemahaman pemilik terhadap pemasaran digital hanya berada kisaran 50%, jumlah pelanggan berkisar ± 130 per bulan, lokasi usaha belum terdaftar di *Google Maps*, banner promosi dalam kondisi pudar, sistem pembayaran masih manual melalui transfer rekening yang rentan penipuan, serta belum memiliki akun media sosial bisnis yang profesional. Kondisi ini menjadikan Azel Salon sulit bersaing di tengah meningkatnya pesaing jasa kecantikan di wilayah Kecamatan Rembang.

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan, kekuatan Azel Salon terletak pada pelayanan yang ramah dengan peluang besar berupa meningkatnya minat masyarakat terhadap perawatan kecantikan. Hal ini sejalan dengan temuan (Juairiyah et al., 2025) yang menyatakan bahwa kombinasi branding yang kuat dengan pemasaran digital merupakan langkah strategis yang direkomendasikan untuk pengembangan UMKM di era digital saat ini. Penguatan *branding* dan inovasi digital terbukti mampu membantu UMKM memperkuat identitas merek, meningkatkan jangkauan pasar secara *online*, serta mendorong peningkatan penjualan (Laurina et al., 2024). Oleh karena itu, tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas YPPI Rembang melaksanakan program pendampingan digitalisasi usaha pada Azel Salon & Beauty Lash melalui pembuatan *banner*, pendaftaran *Google Maps*, aktivasi QRIS beserta edukasi pencegahan penipuan, pembuatan akun media sosial Instagram, pelatihan pembuatan konten video menggunakan CapCut, serta pemanfaatan AI Gemini untuk meningkatkan kualitas foto dan video promosi. Kegiatan ini bertujuan untuk menutup gap digitalisasi yang ada, meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendorong keberlanjutan dan daya saing Azel Salon di era ekonomi digital.

II. MASALAH

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik Azel Salon, Saudari Briliy Setiani, pada tanggal 6 April 2026, ditemukan beberapa permasalahan utama yang menghambat perkembangan usaha. Sebelum kegiatan KKU dilaksanakan, pemahaman pemilik terhadap pemasaran digital berada pada kisaran 50% dengan jumlah pelanggan ± 130 per bulan, seluruh transaksi dilakukan secara manual, promosi hanya mengandalkan komunikasi mulut ke mulut, serta belum memiliki identitas digital maupun keterampilan produksi konten promosi. Kondisi ini diperburuk oleh lokasi usaha yang kurang strategis dan banyaknya pesaing jasa kecantikan di wilayah Kecamatan Rembang sehingga pertumbuhan pelanggan stagnan dan jangkauan pasar terbatas.

Secara lebih spesifik, permasalahan yang dihadapi Azel Salon & Beauty Lash dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Belum terdaptarnya lokasi usaha di *Google Maps* sehingga calon pelanggan dari luar wilayah Desa Sumberjo kesulitan menemukan lokasi salon.
2. *Banner* promosi dalam kondisi rusak dan pudar sehingga tidak efektif sebagai media pengenalan usaha di lingkungan sekitar.
3. Sistem pembayaran manual melalui transfer rekening yang rentan terhadap penipuan dan memerlukan waktu verifikasi lebih lama.
4. Belum memiliki akun media sosial Instagram bisnis yang profesional sehingga jangkauan promosi sangat terbatas.
5. Keterbatasan keterampilan pemilik dalam membuat konten foto dan video yang estetik untuk keperluan promosi digital.
6. Belum mengenal pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) sebagai alat bantu produksi konten promosi yang berkualitas dan efisien.

Dari keenam permasalahan tersebut, aspek pemasaran digital menjadi prioritas utama yang paling mendesak untuk diselesaikan karena berdampak langsung terhadap keterbatasan jangkauan pelanggan dan stagnannya pendapatan usaha. Oleh karena itu, seluruh program KKKU dirancang untuk menjawab gap digitalisasi pemasaran yang dihadapi Azel Salon & Beauty Lash.

III. METODE

Kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) ini dilaksanakan di Azel Salon & Beauty Lash yang berlokasi di RT 03 RW 01, Desa Sumberjo, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada bulan April 2026 dengan melibatkan satu pelaku UMKM yaitu pemilik Azel Salon, Saudari Briliy Setiani, serta tim KKKU yang terdiri dari tiga mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang di bawah bimbingan Dosen Pembimbing Lapangan. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahapan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Metode Pendampingan KKKU

1. Observasi dan Identifikasi Masalah

Tahap ini dilaksanakan pada tanggal 6 April 2026 dengan melakukan kunjungan langsung ke lokasi usaha Azel Salon & Beauty Lash. Tim KKKU melakukan observasi kondisi fisik dan operasional usaha serta wawancara mendalam kepada pemilik menggunakan panduan wawancara terstruktur untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra. Penilaian awal pemahaman pemilik terhadap pemasaran digital dilakukan menggunakan skala penilaian 1-10 sebagai baseline data pre-program. Pada tahap ini juga dilakukan analisis SWOT yang menghasilkan temuan bahwa kekuatan usaha terletak pada pelayanan yang ramah dengan peluang berupa meningkatnya minat masyarakat terhadap perawatan kecantikan, namun terkendala oleh lokasi yang kurang strategis dan banyaknya pesaing di wilayah Kecamatan Rembang.

2. Perencanaan Program Pendampingan

Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi masalah, tim KKKU menyusun rencana program pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Pada tahap ini tim KKKU berdiskusi bersama pemilik Azel Salon untuk menetapkan program yang akan dilaksanakan, menyusun jadwal kegiatan, serta mempersiapkan materi pelatihan dan alat yang diperlukan. Program yang direncanakan mencakup pembuatan

Google Maps, fasilitasi pembuatan *banner*, aktivasi QRIS, pembuatan akun media sosial Instagram, pelatihan editing video menggunakan CapCut, dan pelatihan pemanfaatan AI Gemini. Pada tahap ini juga dipersiapkan materi pelatihan berupa modul editing video CapCut, panduan penggunaan AI Gemini untuk konten promosi, materi edukasi keamanan QRIS, serta template desain konten Instagram yang disesuaikan dengan karakteristik usaha jasa kecantikan.

3. Pelaksanaan Program Pendampingan

Seluruh program pendampingan dilaksanakan secara bertahap sesuai jadwal yang telah disepakati bersama pemilik UMKM, mencakup pendampingan pembuatan identitas digital, pelatihan keterampilan pembuatan konten, maupun pengadaan media promosi fisik. Alat dan aplikasi yang digunakan dalam pelaksanaan program meliputi *Google Maps* untuk pendaftaran lokasi usaha, Pembuatan QRIS dari aplikasi DANA untuk sistem pembayaran digital, platform Instagram untuk pembuatan akun bisnis, aplikasi CapCut untuk editing video konten promosi, serta aplikasi Gemini AI untuk peningkatan kualitas foto dan video secara estetik.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Program KKU

No	Tanggal	Permasalahan	Kegiatan
1	10 April 2026	Belum ada <i>Google Maps</i>	Pembuatan <i>Google Maps</i>
2	13 April 2026	<i>Banner</i> lama rusak dan pudar	Pembuatan <i>banner</i> petunjuk arah dan <i>banner</i> Papan Usaha
3	13 April 2026	Pembayaran transfer lama dan rentan penipuan	Pembuatan QRIS
4	17 April 2026	Kurangnya promosi digital	Pembuatan akun media sosial Instagram
5	17 April 2026	Rentan penipuan	Edukasi QRIS dan pencegahan penipuan
6	24 April 2026	Kurangnya kemampuan editing pembuatan konten	Pelatihan editing video CapCut sesi 1
7	24 April 2026	Keterbatasan waktu dan kualitas visual konten	Pelatihan pemanfaatan AI Gemini sesi 1
8	29 April 2026	Kurangnya kemampuan editing pembuatan konten	Pelatihan editing video CapCut sesi 2
9	29 April 2026	Keterbatasan waktu dan kualitas visual konten	Pelatihan pemanfaatan AI Gemini sesi 2
10	30 April 2026	<i>Banner</i> lama rusak dan pudar	Pemasangan <i>banner</i>

4. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan selama pelaksanaan program untuk memastikan setiap kegiatan berjalan sesuai rencana dan memberikan manfaat nyata bagi mitra. Evaluasi dilakukan setelah seluruh program selesai dilaksanakan melalui observasi langsung dan wawancara kepada pemilik UMKM menggunakan skala penilaian 1-10 sebagai instrumen pengukuran untuk menilai pemahaman dan kemampuan mitra sebelum dan sesudah pendampingan. Indikator keberhasilan program meliputi: (1) peningkatan skor pemahaman *digital marketing* pemilik, (2) peningkatan jumlah pelanggan per bulan, (3) aktifnya lokasi usaha di *Google Maps*, (4) terbentuknya akun Instagram bisnis yang aktif, (5) aktifnya sistem pembayaran QRIS, dan (6) kemampuan pemilik dalam memproduksi konten promosi secara mandiri. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar penilaian efektivitas seluruh program yang telah dilaksanakan serta sebagai bahan rekomendasi keberlanjutan program ke depan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

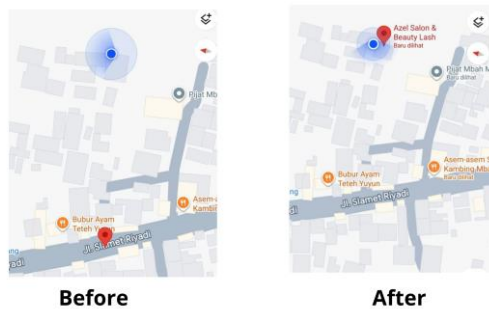
Kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) yang dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang bersama pemilik Azel Salon & Beauty Lash berjalan dengan lancar dan mendapat respons positif dari UMKM. Seluruh program berhasil dilaksanakan secara bertahap mulai tanggal 6 April hingga 30 April 2026.

1. Pembuatan *Google Maps*

Google Maps penting bagi UMKM karena memudahkan calon pelanggan menemukan lokasi usaha secara akurat serta meningkatkan visibilitas di ruang digital (Kasnelly et al., 2025). Melalui pendampingan tanggal 10 April 2026, lokasi Azel Salon & Beauty Lash berhasil terdaftar di *Google Maps*. Kini lokasi tersebut dapat

ditemukan secara digital oleh calon pelanggan dari luar wilayah Desa Sumberjo, dan telah mendapatkan 11 ulasan dari pelanggan sebagai bukti nyata peningkatan visibilitas usaha di ruang digital.

Berikut link *Google Maps*: <https://maps.app.goo.gl/vYUUsWS36zXXxneA>



Gambar 2. Lokasi *Google Maps* Azel salon

2. Pembuatan *Banner* Lokasi Usaha

Banner merupakan salah satu media komunikasi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan eksposur UMKM di mata konsumen. (Salman & Sholihah, 2024). *Banner* lama Azel Salon yang rusak dan pudar diganti dengan banner baru yang dipasang di samping rumah pada tanggal 30 April 2026. Keberadaan *banner* baru yang lebih menarik dan informatif terbukti meningkatkan pengenalan usaha di lingkungan sekitar, yang turut berkontribusi terhadap peningkatan jumlah pelanggan dari ± 130 menjadi ± 150 per bulan setelah program selesai dilaksanakan.



Gambar 3. *Banner* di Lokasi Usaha Salon Azel

3. Pembuatan *Banner* Petunjuk Arah

Lokasi Salon Azel yang berada di dalam sebuah gang serta *banner* petunjuk arah sebelumnya yang sudah pudar dan kurang informatif menyebabkan calon pelanggan kesulitan menemukan lokasi usaha. Dengan strategi penggunaan *banner* yang tepat, ketertarikan pelanggan terhadap layanan usaha dapat meningkat secara signifikan (Salman & Sholihah, 2024). Oleh karena itu, tim KKKU membuat dan memasang *banner* petunjuk arah baru di samping jalan pada tanggal 30 April 2026 agar Salon Azel lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan yang melintas di sekitar wilayah Desa Sumberjo.



Gambar 4. *Banner* Petunjuk Arah Salon Azel

4. Pembuatan dan Edukasi QRIS

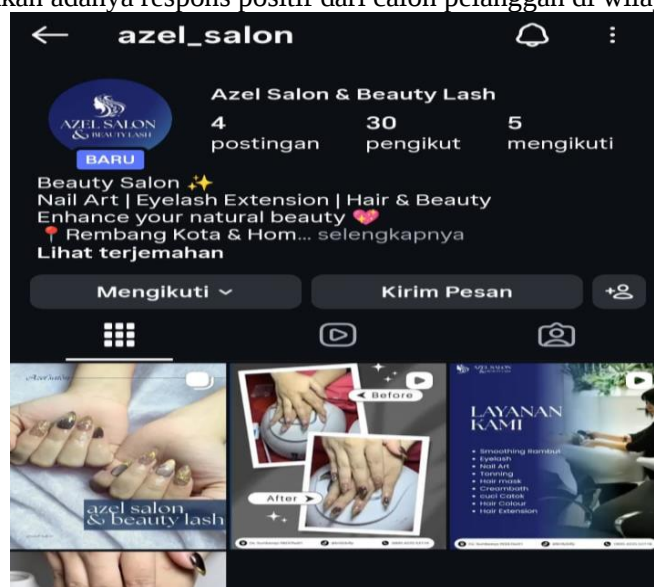
QRIS penting bagi UMKM karena mempercepat transaksi, mencegah penipuan, serta meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi secara digital (Farhan & Shifa, 2023). Meskipun QRIS memberikan kemudahan dan kecepatan transaksi, penggunaannya juga membawa risiko keamanan seperti penipuan digital dan manipulasi kode QR sehingga edukasi kepada pelaku UMKM tentang keamanan bertransaksi menjadi hal yang penting (Kristanty, 2024). QRIS Azel Salon berhasil diaktifkan pada tanggal 13 April 2026, disertai edukasi kepada pemilik mengenai cara penggunaan yang benar dan pencegahan modus penipuan QRIS palsu pada tanggal 17 April 2026. Setelah edukasi, pemilik menyatakan lebih memahami cara membedakan QRIS asli dan palsu serta lebih percaya diri dalam menggunakan sistem pembayaran digital.



Gambar 5. Pembuatan dan Edukasi QRIS

5. Pembuatan Akun Media Sosial Instagram

Instagram dan platform media sosial sejenis dapat menjadi sarana promosi yang efektif bagi UMKM untuk menjangkau khlayak yang lebih luas, sekaligus membangun citra merek yang kuat di tengah persaingan dunia digital (Ramadiansyah & Pratiwi, 2024). Pembuatan akun Instagram bisnis merupakan langkah penting bagi UMKM karena pendampingan yang terstruktur mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran pemilik UMKM akan pentingnya media sosial sebagai media pemasaran digital (Zain P. F. et al., 2024). Akun Instagram dengan nama @azel_salon berhasil dibuat pada tanggal 17 April 2026 sebagai media promosi layanan eyelash extension, nail art, hair smoothing, dan homecare. Dalam waktu singkat setelah akun dibuat, berhasil mendapatkan 32 pengikut dengan rata-rata 180 views dan 8 likes per konten video yang dipublikasikan, menunjukkan adanya respons positif dari calon pelanggan di wilayah Kecamatan Rembang.



Gambar 6. Akun Sosmed Instagram

6. Pelatihan Konten Video dengan CapCut

Penggunaan konten digital dalam bentuk promosi saat ini memegang peranan yang sangat penting untuk mendongkrak pemasaran dan penjualan UMKM (Setiadi et al., 2023). Melalui pemanfaatan video yang menarik, UMKM dapat meningkatkan daya tarik visual produk dan layanan mereka, sehingga lebih mudah menjangkau calon pelanggan di platform digital (Lintang Proborini, 2024). Sebelum diberikan pendampingan, pemilik UMKM belum memiliki kemampuan dalam pembuatan maupun penyuntingan konten video promosi. Melalui pelatihan berbasis praktik langsung, pemilik kini mampu memproduksi dua konten video secara mandiri yang siap dipublikasikan di media sosial. Capaian rata-rata 180 tayangan per video menunjukkan efektivitas metode pendampingan tersebut dalam meningkatkan kompetensi digital pelaku usaha. Dokumentasi hasil karya video tersebut dapat diakses pada tautan berikut:

Video 1: <https://www.instagram.com/reel/DX8hxAtP5oh/?igsh=cWhhY3l6MzFob2Q=>

Video 2: https://www.instagram.com/reel/DYPO_V2Ptjn/?igsh=MXRvankyODAZd2R2Mg==



Gambar 7. Pelatihan Editing CapCut

7. Pelatihan Pemanfaatan AI Gemini

Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) penting bagi UMKM karena pelatihan yang berbasis kecerdasan buatan (AI) terbukti dapat mendorong kreativitas, meningkatkan efektivitas promosi, serta memperluas jangkauan konsumen bagi pelaku usaha (Nasution dan Wulandari 2024) dalam (Syaiful Amir & Maesaroh, 2025). Berdasarkan hasil pendampingan, pemilik usaha yang sebelumnya belum familiar dengan AI kini merasakan manfaat signifikan, terutama dalam meningkatkan estetika dan profesionalisme visual produk tanpa harus menggunakan alat fotografi profesional. Hasilnya, konten yang dibuat dengan bantuan Gemini AI berhasil meraih rata-rata 180 tayangan per foto, yang menunjukkan bahwa penggunaan AI berkontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas serta jangkauan promosi.



Before



After

Gambar 8. Hasil Foto dari Pemanfaatan AI

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan seluruh program KKU dapat dirangkum dalam tabel evaluasi berikut:

Tabel 2. Evaluasi Hasil Pelaksanaan Program KKU

No	Indikator	Sebelum	Sesudah	Perubahan
1	Pemahaman <i>digital marketing</i> pemilik	50%	80%	Naik 30%
2	Jumlah pelanggan per bulan	±130	±150	Naik ±15%
3	Ketersediaan Google Maps	Belum ada	Aktif & 11 ulasan	+11 ulasan
4	Akun Instagram bisnis	Belum ada	32 pengikut, 180 views/video	+32 pengikut
5	Sistem pembayaran QRIS	Belum ada	Aktif	Efisiensi transaksi
6	Konten promosi digital	0 konten	2 video + 2 gambar	+4 konten

Berdasarkan Tabel 2, seluruh indikator keberhasilan program telah tercapai. Peningkatan pemahaman *digital marketing* pemilik dari 50% menjadi 80% menunjukkan bahwa metode pendampingan langsung berbasis praktik efektif meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, sejalan dengan temuan (Prameswari et al., 2026). Peningkatan jumlah pelanggan sebesar ±15% mengindikasikan bahwa digitalisasi memberikan dampak nyata terhadap pertumbuhan usaha (Deku et al., 2024). Capaian rata-rata 180 views per konten video juga menunjukkan bahwa konten yang diproduksi mampu menjangkau audiens lebih luas, membuktikan efektivitas pelatihan CapCut dan AI Gemini yang diberikan.

V. KESIMPULAN

Program Kuliah Kerja Usaha (KKU) yang dilaksanakan di Azel Salon & Beauty Lash Desa Sumberjo berhasil menjawab permasalahan digitalisasi yang dihadapi mitra melalui enam program pendampingan yaitu pembuatan Google Maps, banner lokasi usaha dan petunjuk arah, aktivasi QRIS beserta edukasi pencegahan penipuan, pembuatan akun Instagram bisnis, pelatihan editing video menggunakan CapCut, serta pelatihan pemanfaatan AI Gemini. Seluruh indikator keberhasilan program telah tercapai, ditandai dengan peningkatan pemahaman *digital marketing* pemilik dari 50% menjadi 80% (naik 60%), peningkatan jumlah pelanggan dari ±130 menjadi ±150 per bulan (naik ±15%), terdapatnya lokasi usaha di *Google Maps* dengan 11 ulasan, terbentuknya akun Instagram bisnis @azel_salon dengan 32 pengikut dan rata-rata 180 views per konten video, serta aktifnya sistem pembayaran QRIS sebagai solusi transaksi yang lebih aman dan efisien. Hasil ini menunjukkan bahwa metode pendampingan langsung berbasis praktik terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital dan daya saing UMKM jasa kecantikan di era ekonomi digital. Untuk keberlanjutan program, disarankan agar pemilik Azel Salon konsisten mengelola konten media sosial minimal 3 kali per minggu, mengaktifkan QRIS secara penuh dalam setiap transaksi, serta bagi pengabdian selanjutnya untuk melakukan pendampingan lanjutan terkait analisis performa konten Instagram dan strategi pemasaran digital yang lebih terukur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami ucapkan untuk:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas YPPI Rembang yang telah memberikan kesempatan dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKU) ini.
2. Rektor Universitas YPPI Rembang Bapak A. Aviv Mahmudi, S.Kom., M.Kom.
3. Dosen Pendamping Lapangan Bapak Syaiko Rosyidi, SE., M.Sc.
4. Kepala Kelurahan Sumberjo, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang
5. UMKM Azel Salon & Beauty Lash selaku mitra/ sasaran kegiatan KKU ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakrie, R. R., Atikah Suri, S., Nabila, Sahara, A., H Pratama, V., & Firmansyah. (2024). Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 82–88. <https://doi.org/10.55049/Jeb.V16i2.308>
- Deku, W. A., Wang, J., & Preko, A. K. (2024). Digital Marketing And Small And Medium-Sized Enterprises' Business Performance In Emerging Markets. *Asia Pacific Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 18(3), 251–269. <https://doi.org/10.1108/Apije-07-2022-0069>

- Farhan, Ahmad., & Shifa, A. Wardani. (2023). Penggunaan Metode Pembayaran QRIS Pada Setiap UMKM Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1198–1206.
- Fatonah, F., Yoga Akhmadi Putra, & Candra Eka Setiawan. (2024). PENGARUH MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(4), 17755–17759.
- Harianto D., & Ahmad. (2024). Pengaruh Digitalisasi Terhadap Penjualan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kota Makassar. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 28–34. <https://doi.org/10.61132/Nuansa.V3i1.1474>
- Juairiyah, E. R., Susanti Dwi Ilhami, Syaiko Rosyidi, Angelina Salsa Faradilla, & Ahmad Saiful Ade Prayoga. (2025). PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN UMKM YOFI FISH GUNA MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING. *Jurnal Padamu Negeri*, 2(2), 137–144. <https://doi.org/10.69714/5e1k6w72>
- Kasnelly, S., Afkari, S. U., Muddallifah, D., Marwiyah, Ehwani, M., & Agustia, U. (2025). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1), 72–84. www.ejournal.an-nadwah.ac.id
- Kristanty, D. N. (2024). Tren Dan Tantangan Keamanan Bertransaksi Dengan Qris Dalam Era Transformasi Sistem Pembayaran Digital. In *Syntax Admiration* (Vol. 5, Number 10).
- Laurina, N. A., Swastuti, E., Nurchayati, N., & Yunita, L. E. (2024). Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Branding Dan Inovasi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 7–15. <https://doi.org/10.47709/Dst.V4i1.3636>
- Lintang Proborini. (2024). PELATIHAN VIDEO EDITING UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU UMKM DI KECAMATAN KEBON JERUK JAKARTA. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(9), 670–679. <https://doi.org/10.62335>
- Prameswari, D., Maruzi, A. R. C., Cahyani, S. N., Febriana, E., Sari, E. S. A., Febriyanti, I. J., Diandra, M., Fatmawati, R., & Utami, S. (2026). PENDAMPINGAN UMKM GO DIGITAL: PENINGKATAN LAYANAN GOOGLE MAPS DAN APLIKASI SHOPEE PADA UMKM SOBAT KOPI DESA KEMLOKO. *Buletin Abdi Masyarakat*, 7(1), 46–53.
- Ramadiansyah, S. A., & Pratiwi, N. I. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi Produk UMKM Di Desa Sibang Gede Abiansemal Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2694–2701. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.V5i2.3330>
- Salman, S., & Deniaty Sholihah, D. (2024). Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2179–2184. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.V5i2.2536>
- Setiadi, T., Rajendra, L., & Ilhami, S. D. (2023). PENERAPAN KONTEN DIGITAL UNTUK MENDUKUNG STRATEGI PROMOSI UNTUK PELAKU UMKM KECAMATAN WELERI KABUPATEN KENDAL. *Community Development Journal*, 4(2), 3837–3842.
- Sharabati, A. A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The Impact Of Digital Marketing On The Performance Of Smes: An Analytical Study In Light Of Modern Digital Transformations. *Sustainability (Switzerland)*, 16(19), 1–25. <https://doi.org/10.3390/Su16198667>
- Syaiful Amir, & Maesaroh. (2025). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI) Untuk Pembuatan Konten Promosi Produk UMKM Di Koperasi Syariah BMT Insan Mandiricabang Sukodono, Kabupaten Sragen. *ASPIRASI : Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 3(5), 85–94. <https://doi.org/10.61132/Aspirasi.V3i5.2239>
- Zain P. F., Sukarno, G., & Warmana, O. (2024). Pendampingan Pembuatan Akun Instagram Bisnis Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Kelurahan Penjaringan Sari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 1000–1005. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.V5i1.2414>