



Inovasi dan Kreativitas Sebagai Kunci Keberhasilan Wirausaha di Era Ekonomi Digital

Innovation and Creativity as The Keys to Entrepreneurial Success in the Digital Economy Era

Dwi Syaputra^{1*}, Ahmad Afandi²

¹⁻²Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

*Penulis korespondensi: dwi052435@gmail.com¹

Riwayat artikel:

Naskah Masuk: 20 September 2025;

Revisi: 05 Oktober 2025;

Diterima: 27 Oktober 2025;

Terbit: 29 Oktober 2025

Keywords: Branding; Community Empowerment; Community Service Lectures; Digital Marketing; MSMEs

Abstract: Community Service (KKN) is one method to implement the Tri Dharma of Higher Education through community service activities. The Independent KKN Project from the University of Muhammadiyah North Sumatra in 2025 was implemented in Dolok Kahean Village, Tapian Dolok District, Simalungun Regency, with the theme "Innovation and Creativity as Keys to Entrepreneurial Success in the Digital Economy Era." The purpose of this study is to improve the ability of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) actors in maximizing product marketing using digital marketing, with an emphasis on the use of photo and video content for business branding. The implementation methods of this activity include observation, interviews, socialization, and training in photography practices, editing, and digital content strategies. The results of this activity show an increase in knowledge and skills of MSME actors in creating promotional content, building brand identities (such as logos and product packaging), and utilizing social media as a marketing tool. In addition, social activities such as mutual cooperation, economic education in schools, and the creation of educational signs about waste also contribute to increasing social awareness in the community. The success of this activity was facilitated by community cooperation and support from village officials, while the main challenges were geographical conditions and limited transportation. Overall, this KKN activity had a positive impact on the development of local MSMEs, increased digital literacy, and strengthened the relationship between students and the village community, demonstrating the role of higher education institutions in community empowerment.

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu metode untuk menerapkan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Proyek KKN Mandiri dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada tahun 2025 dilaksanakan di Desa Dolok Kahean, Kecamatan Tapian Dolok, Kabupaten Simalungun, dengan tema "Inovasi dan Kreativitas sebagai Kunci Keberhasilan Wirausaha di Era Ekonomi Digital". Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan kemampuan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memaksimalkan pemasaran produk menggunakan pemasaran digital, dengan penekanan pada penggunaan konten foto dan video untuk branding usaha. Metode pelaksanaan kegiatan ini meliputi observasi, wawancara, sosialisasi, dan pelatihan praktik fotografi, pengeditan, serta strategi konten digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat konten promosi, membangun identitas merek (seperti logo dan kemasan produk), serta pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran. Selain itu, kegiatan sosial seperti gotong royong, edukasi ekonomi di sekolah, dan pembuatan plang edukasi tentang sampah juga berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran sosial masyarakat. Faktor-faktor yang berkontribusi pada keberhasilan kegiatan ini adalah kerjasama masyarakat dan dukungan dari perangkat desa, sedangkan tantangan utama disebabkan oleh kondisi geografis dan keterbatasan transportasi. Secara keseluruhan, kegiatan KKN ini memberikan dampak positif terhadap pengembangan UMKM lokal, meningkatkan literasi digital masyarakat, dan memperkuat hubungan antara mahasiswa dan masyarakat desa sebagai wujud nyata dari peran perguruan tinggi dalam pemberdayaan masyarakat.

Kata Kunci: Branding; Digital Marketing; Kuliah Kerja Nyata; Pemberdayaan Masyarakat; UMKM

1. PENDAHULUAN

Kuliah kerja nyata atau KKN adalah elemen krusial dalam sistem pendidikan yang menekankan pada interaksi sosial. Melalui inisiatif ini, para mahasiswa mendapatkan peluang untuk menerapkan pengetahuan yang mereka peroleh di lingkungan kampus ke dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Dengan cara ini, pembelajaran yang diterima akan memberi dampak yang berarti baik bagi mahasiswa maupun masyarakat umum. Berdasarkan penelitian (Syardiansah, 2019), Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah aktivitas yang terintegrasi dalam pendidikan, yang menyatukan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan menyediakan pengalaman belajar serta kerja bagi mahasiswa melalui tindakan yang memberdayakan masyarakat. Salah satu strategi yang bisa digunakan untuk mengasah kemampuan berpikir kritis dan juga memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa adalah melalui KKN. Program ini wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa dari setiap program studi di tingkat S-1. Di sisi lain, (Laia, n. d.) menjelaskan bahwa Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah bentuk proses belajar yang berorientasi pada pengabdian kepada masyarakat, yang dilakukan oleh kelompok mahasiswa guna meningkatkan taraf hidup masyarakat dan memperkaya pengalaman bangsa. Aktivitas KKN mencakup berbagai jenis layanan masyarakat, seperti edukasi, pelatihan, kursus, dan kegiatan lain yang berfungsi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kreativitas, serta karakter masyarakat yang menjadi target. Sebagai kontribusi institusi pendidikan tinggi dalam pengembangan masyarakat, Kuliah Kerja Nyata (KKN) berperan sebagai medium bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu dan teknologi demi meningkatkan partisipasi serta pemberdayaan masyarakat. Para mahasiswa akan dilatih untuk beradaptasi, berinteraksi secara sosial, dan merancang program kerja yang dapat memberikan solusi bagi masalah yang dihadapi oleh komunitas, seperti yang terlihat di Desa Dolok Kahean, Kabupaten Simalungun, Kecamatan Tapian Dolok. Dari hasil observasi yang dilakukan di Desa Dolok Kahean, Kabupaten Simalungun, Kecamatan Tapian Dolok, penulis menemukan bahwa sebagian besar warga, khususnya para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), memiliki semangat dan antusiasme tinggi untuk mengembangkan usahanya. Namun, antusiasme tersebut belum diimbangi dengan pengetahuan dan pemahaman yang memadai mengenai digital marketing. Kesenjangan ini menjadi hambatan utama dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal. Produk-produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM di desa ini sesungguhnya memiliki potensi jual yang sangat tinggi, berkat kualitas dan keunikan yang dimilikinya. Penulisnya, potensi ini belum dapat dioptimalkan karena beberapa kendala. Salah satunya adalah kemasan dan branding yang belum optimal, sehingga produk sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, media sosial yang seharusnya bisa

menjadi sarana promosi efektif dan efisien, belum dimanfaatkan secara maksimal. Akibatnya, produk-produk ini hanya dikenal di kalangan terbatas dan jangkauan pasarnya pun terbatas.

2. METODE

Pengabdian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Penelitian Tindakan, yang pada intinya difokuskan pada pemberdayaan serta penyediaan solusi praktis, dirancang untuk menjalankan, mengawasi, dan menilai program transformasi digital secara langsung kepada pelaku UMKM Rengginang di Desa Dolok Kahean, yaitu Ibu Saliem. Proses pengabdian ini dilaksanakan secara terstruktur melalui empat langkah utama sebagai berikut:

Tahap Pengamatan atau observasi

Sesi awal ini diarahkan untuk mengumpulkan informasi utama melalui observasi langsung serta tanpa keterlibatan aktif. Peneliti melaksanakan pemetaan menyeluruh mengenai kondisi nyata usaha, mencakup elemen produksi, pemasaran konvensional, dan kemampuan digital para pelaku usaha. Observasi ini juga meliputi pengecekan terhadap peralatan teknologi yang ada, seperti ponsel, akses internet, dan penggunaan awal media sosial. Temuan dari pengamatan ini sangat krusial untuk mengidentifikasi kesenjangan antara keadaan usaha saat ini dan tuntutan pasar di dunia digital.

Tahap Interview

Melanjutkan dari sesi pengamatan, interview dilakukan dengan format semi terstruktur bersama individu-individu kunci, salah satunya Ibu Saliem yang merupakan pelaku UMKM Rengginang. Wawancara mendalam ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi subjektif dan kualitatif, seperti pengertian para pelaku usaha tentang pemasaran digital, tantangan spesifik yang mereka hadapi dalam kegiatan sehari-hari (terutama yang berhubungan dengan jangkauan pasar), serta minat, motivasi, dan harapan mereka terkait program transformasi. Data yang diperoleh dari wawancara ini digunakan untuk memverifikasi hasil pengamatan dan merancang Model Transformasi Digital yang paling sesuai, spesifik, dan dapat berlanjut bagi situasi Desa Dolok Kahean.

Tahap Implementasi

Tahap implementasi yang menjadi fokus utama dari intervensi, pengabdian pemberdayaan dilaksanakan melalui serangkaian pelatihan intensif serta pendampingan yang bersifat berkelanjutan dengan tiga fokus utama. Pertama, pelatihan tentang branding digital dan fotografi produk agar UMKM Rengginang memiliki daya tarik visual yang kuat di dunia online. Kedua, pelatihan pemasaran digital yang mencakup pembuatan dan pengelolaan akun media sosial Instagram. Ketiga, pendampingan dalam manajemen operasional digital, termasuk

pengelolaan pesanan online untuk meningkatkan efisiensi.

Tahap Penilaian

Tahap penilaian merupakan tahap terakhir yang dimaksudkan untuk mengevaluasi efektivitas pengabdian, dibagi menjadi evaluasi proses untuk menilai pemahaman pelaku UMKM, dan evaluasi hasil melalui analisis perbandingan performa (sebelum dan sesudah intervensi) pada indikator penting seperti peningkatan volume penjualan online, perluasan jangkauan pasar, dan tingkat kemandirian digital para pelaku UMKM. Hasil dari penilaian ini akan menjadi landasan dalam merumuskan kesimpulan dan rekomendasi untuk keberlanjutan pengabdian

3. HASIL

Pelaksanaan Kegiatan KKN Mandiri

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mandiri Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun 2025 dilaksanakan di Desa Dolok Kahean, Kecamatan Tapian Dolok, Kabupaten Simalungun selama dua belas hari, dari 1 hingga 12 September 2025. Tema yang diangkat dalam acara ini adalah "Inovasi dan Kreativitas sebagai Kunci Sukses Wirausaha di Era Ekonomi Digital", yang berfokus pada penguatan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama usaha Rengginang yang dimiliki oleh Ibu Saliem. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui berbagai langkah yang telah direncanakan dengan baik, meliputi:

- a. Sosialisasi program KKN kepada pengusaha,
- b. Desain logo dan identitas merek produk,
- c. Pelatihan untuk mengambil gambar produk,
- d. Pelatihan sederhana untuk mengedit foto dan video,
- e. Pembuatan akun Instagram di media sosial,
- f. Pelatihan taktik konten dan pemanfaatan hashtag,
- g. Pendidikan Go Digital Aman untuk masyarakat,
- h. Aktivitas bersama seperti kerja bakti dan pembuatan papan informasi tentang sampah,
- i. Edukasi ekonomi dan fungsi UMKM di sekolah, serta Evaluasi dan penyerahan hasil program kepada mitra.



Gambar 1. Pelaku UMKM Rengginang Desa Dolok Kahean.

Tahapan kegiatan itu menunjukkan bahwa program KKN Mandiri tidak hanya berorientasi pada pengalihan pengetahuan, tetapi juga meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital secara mandiri.

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Peningkatan Kemampuan Digital Pelaku UMKM

Sebelum kegiatan dilaksanakan, pelaku UMKM Rengginang tidak memiliki wawasan maupun keterampilan terkait branding produk dan pemasaran digital. Setelah mengikuti pelatihan yang disediakan, mereka dapat:

- Mendesain logo dan identitas merek usaha,
- Mengambil gambar produk dengan pencahayaan serta sudut yang menarik,
- Mengedit gambar dan video promosi secara sederhana,
- Membuat dan mengelola akun Instagram @rangginang_huta_ibu_saliem,
- Menyusun rencana konten dan hashtag yang sesuai untuk memperluas pasar.



Gambar 2. Sosial Media UMKM Rengginang.



Gambar 3. Foto Produk UMKM Rengginang.

Transformasi ini menandakan peningkatan pada kemampuan para pelaku usaha dalam menggunakan platform media sosial untuk strategi pemasaran yang efisien. Hal ini sejalan dengan pandangan Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) yang menyatakan bahwa pemasaran berbasis digital memiliki peran penting dalam memperkuat daya saing di arena global.

Penerapan Strategi Branding Produk

Melalui pembuatan logo dan kemasan yang sederhana, UMKM Rengginang telah berhasil menciptakan identitas visual produk yang sebelumnya tidak ada. Desain logo dan label yang dihasilkan tidak hanya memperkuat citra merek tetapi juga meningkatkan nilai jual produk di pasar lokal maupun online. Kegiatan ini mendukung teori Aaker (1996) yang menekankan bahwa identitas merek adalah elemen esensial dalam membangun persepsi positif pada konsumen dan membedakan produk dari kompetitor.

Implementasi Pemasaran Digital

Setelah pelatihan, pelaku UMKM sudah mampu memanfaatkan akun Instagram sebagai alat promosi. Produk Rengginang mulai dipresentasikan melalui unggahan foto dan video singkat dengan deskripsi yang menarik. Rupanya, ini menandakan pergeseran dari sistem promosi tradisional menuju digital, sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di pedesaan dapat beradaptasi dengan ekonomi digital, sebagaimana yang diungkapkan oleh Kotler & Keller (2016) bahwa digitalisasi adalah strategi krusial untuk meningkatkan efektivitas pemasaran di era modern.

Program pendampingan digital untuk UMKM yang dilaksanakan dalam rangka KKN Mandiri ini sejalan dengan inisiatif Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam memajukan perekonomian masyarakat melalui teknologi. Seperti yang diinformasikan oleh situs resmi UMSU, “sebanyak 47 pengusaha UMKM Tahu Binjai mendapatkan bimbingan langsung dari dosen UMSU untuk mengelola usaha yang berbasis digital dan literasi keuangan” (UMSU. ac. id, 15 Mei 2025). Kegiatan ini menjadi bukti nyata bahwa institusi pendidikan

memiliki peran penting dalam mengubah UMKM tradisional agar lebih responsif terhadap kemajuan ekonomi digital. Bahkan salah satu pelaku usaha menyatakan, “kami merasa sangat terbantu oleh adanya bimbingan ini, karena sekarang kami tahu cara mempromosikan produk melalui platform digital” (UMSU. ac. id, 2025).

Pemberdayaan Sosial dan Edukasi Masyarakat

Di samping pemberdayaan di sektor ekonomi, kegiatan KKN juga memberikan dampak sosial positif, antara lain:

- a. Meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan melalui pembuatan plang edukasi sampah,
- b. Terlaksananya gotong royong untuk membersihkan Masjid Al-Mukhlisin,
- c. Edukasi mengenai ekonomi dan peran UMKM kepada siswa di SMA Muhammadiyah 7 Serbelawan, yang bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan pelajar.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa KKN tidak hanya fokus pada pengembangan ekonomi, tetapi juga berkontribusi dalam membangun nilai sosial, spiritual, dan lingkungan yang sesuai menurut prinsip Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Faktor Faktor Pendorong dan Penghambat

Faktor Pendorong

Dukungan sepenuhnya dari perangkat desa serta warga sekitar yang memberikan izin dan sarana selama kegiatan berlangsung.

- a. Tingkat partisipasi yang tinggi dari pelaku UMKM yang dengan antusias mengikuti semua sesi pelatihan.
- b. Kerja sama yang erat di antara anggota tim KKN dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi program.

Aspek-aspek ini berperan sebagai pendorong utama keberhasilan kegiatan. Sebagaimana diungkapkan oleh Syardiansah (2019), kerjasama antara mahasiswa, komunitas, dan pemerintah desa adalah kunci keberhasilan pengabdian masyarakat.

Faktor Penghambat

Tantangan utama yang dihadapi adalah kondisi geografis dan kurangnya sarana transportasi, mengingat banyak mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan pribadi. Selain itu, akses internet di beberapa daerah pedesaan masih minim, sehingga menghambat pelaksanaan pelatihan digital dengan maksimal. Namun, kendala ini bisa diatasi melalui kolaborasi antaranggota dan dukungan dari masyarakat yang menyediakan fasilitas teknis di lokasi.

4. DISKUSI

Hasil dari program KKN menunjukkan bahwa inovasi serta kreativitas digital adalah elemen krusial untuk meningkatkan daya saing UMKM di kawasan pedesaan. Melalui pelatihan branding, fotografi produk, dan pemasaran digital, para pelaku usaha mendapatkan keterampilan baru untuk beradaptasi dengan tuntutan pasar masa kini. Kegiatan ini mendukung teori Suryana (2013) yang menyatakan bahwa kewirausahaan yang bersifat inovatif akan meningkatkan nilai ekonomi produk dan kemandirian pelaku usaha. Selain itu, peningkatan literasi digital juga berkontribusi terhadap kemajuan ekonomi lokal dan mendorong masyarakat untuk lebih kreatif serta produktif di zaman ekonomi digital. Oleh karena itu, program KKN Mandiri ini tidak sekadar berkontribusi pada peningkatan kemampuan individu (mikro), namun juga memperkuat koneksi sosial dan ekonomi di masyarakat Desa Dolok Kahean secara luas (makro).

Hasil dari aktivitas KKN ini menunjukkan kesamaan metode dengan program pemberdayaan yang diterapkan di Kampung Tahu Binjai, seperti yang diutarakan oleh Sitorus (2025) dalam Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS. Kegiatan ini mengintegrasikan pelatihan dalam pemasaran digital, literasi keuangan, penguatan merek, serta pelestarian nilai budaya lokal melalui acara komunitas yang melibatkan pegiat UMKM, akademisi, dan pemerintah kelurahan. Hasil dari program ini memberikan bukti adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman tentang strategi pemasaran digital, pencatatan finansial, dan identitas produk, sembari memperkuat soliditas sosial masyarakat Binjai sebagai komunitas ekonomi kreatif. Model pemberdayaan yang bersifat partisipatif ini sejalan dengan penemuan KKN di Desa Dolok Kahean yang menekankan bahwa kombinasi antara pendidikan digital dan nilai-nilai budaya lokal adalah kunci untuk keberhasilan transformasi UMKM menuju ekonomi modern yang inklusif serta berkelanjutan.

Selain itu, studi yang dilakukan oleh Marpaung et al. (2021) dalam Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan juga mengonfirmasi pentingnya pelatihan digital marketing sebagai alat untuk meningkatkan kapasitas usaha. Program kemitraan yang dijalankan oleh dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ini menunjukkan bahwa pelatihan dalam pemasaran digital dapat memperkuat kemampuan UMKM dalam memasarkan produk mereka melalui sosial media seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, para pelaku UMKM mendapatkan keahlian untuk membuat akun bisnis, mengelola konten promosi daring, serta memanfaatkan platform online untuk memperluas pasar. Temuan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital dapat meningkatkan kapasitas produksi hingga 22,25% dan penjualan sebesar 14,66%. Hasil ini

sejalan dengan pencapaian dari kegiatan KKN Mandiri di Desa Dolok Kahean, di mana pelaku UMKM juga mengalami peningkatan dalam pengelolaan promosi digital dan membangun identitas merek secara profesional. Penggabungan hasil-hasil kegiatan ini menegaskan bahwa pendekatan berbasis digitalisasi UMKM adalah solusi strategis untuk memperkuat perekonomian masyarakat di tingkat lokal. Dengan dukungan berupa pelatihan, pendampingan yang berkesinambungan, serta pemanfaatan teknologi informasi, UMKM dapat bertransformasi dari sistem konvensional menuju ekosistem bisnis digital yang lebih efisien, fleksibel, dan berkelanjutan. Model kolaboratif yang dijalankan oleh UMSU di Binjai dan Dolok Kahean menunjukkan bahwa perguruan tinggi memiliki peran penting dalam memimpin transformasi digital di sektor ekonomi rakyat.

Setelah itu, strategi pemberdayaan dalam inisiatif ini juga mendapat dukungan dari studi yang dilaksanakan di lingkungan UMSU. Siregar et al. (2020) menjelaskan bahwa kesuksesan kewirausahaan di kalangan mahasiswa di lingkungan kampus sangat bergantung pada model sinergi kelembagaan yang melibatkan inkubator bisnis seperti PUSKIIBI, program studi, LP2M, serta pusat penelitian yang relevan. Struktur ini memungkinkan akses ke jaringan bisnis, mentor, fasilitas, dan investor. Sebagai hasilnya, keberhasilan pendampingan UMKM di Desa Dolok Kahean dapat dipandang sebagai implementasi model sinergi kelembagaan yang serupa—yaitu kerja sama antara kampus, komunitas bisnis, serta pelaku UMKM untuk memperkuat kemampuan usaha secara berkelanjutan.

5. KESIMPULAN

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mandiri Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun 2025 dengan tema “Inovasi dan Kreativitas sebagai Kunci Keberhasilan Wirausaha di Era Ekonomi Digital” telah berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM Rengginang di Desa Dolok Kahean, Kecamatan Tapan Dolok, Kabupaten Simalungun. Melalui pendekatan Action Research dengan tahapan observasi, wawancara, pelaksanaan, dan evaluasi, kegiatan ini mampu menghasilkan perubahan nyata dalam kemampuan pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital. Pelatihan branding produk, fotografi, editing konten digital, serta pengelolaan media sosial (Instagram) telah meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat identitas merek. Selain itu, kegiatan sosial seperti edukasi ekonomi, pembuatan plang edukasi sampah, dan gotong royong turut menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kebersihan, kolaborasi, dan kemandirian ekonomi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa inovasi dan kreativitas berbasis teknologi digital merupakan kunci utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi modern. Program KKN ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat hubungan sosial antara mahasiswa dan masyarakat desa, sekaligus menjadi wujud nyata peran perguruan tinggi dalam mendukung pembangunan dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. The Free Press.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Westview Press.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Fidayanti Adilah, H., & Fajar Ahmad, D. (2021). Sosialisasi dan partisipasi sosial dalam pemberdayaan masyarakat. *Prosiding UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(1), 491–498.
- Hidayati, S. N. (2016). Pengaruh pendekatan keras dan lunak pemimpin organisasi terhadap kepuasan kerja dan potensi mogok kerja karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57–66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laia, B. (n.d.). *Sosialisasi dampak kegiatan Kuliah Kerja Nyata di desa (Studi: Desa Sirofi)*. UIN Sumatera Utara.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). Strategi peningkatan kapasitas usaha pada UMKM melalui digital marketing. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 294–300. <http://dx.doi.org/10.30596/snk.v2i1.8273>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Pradiani, T. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal JIBEKA*, 11(2), 46–53.
- Rahayu, M., & Fitriyah, Z. (2024). Pemberdayaan UMKM melalui optimalisasi branding produk di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(1), 24–32.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Siregar, G., Andriany, D., Bismala, L., & Andriansyah Putra, Y. (2020). Model sinergi kelembagaan dalam peningkatan kewirausahaan mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal LIABILITIES (Jurnal Pendidikan*

Akuntansi), 3(2). <https://doi.org/10.30596/liabilities.v3i2.5620>

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. (2025, Februari 17). *Dosen UMSU dampingi 47 UMKM Tahu Binjai bisnis digital, UMKM kami sangat terbantu*. <https://umsu.ac.id/dosen-umsu-dampingi-47-umkm-tahu-binjai-bisnis-digital-umkm-kami-sangat-terbantu/>