



Pendampingan UMKM Kuliner melalui Co-Creation, Digitalisasi, dan Diversifikasi Produk

¹Citra Ayni Kamaruddin, ²Dirmansyah Darwin*, ³Himaya Praptani Adys, ⁴Adi Zulkarnaen, ⁵I Made Jyotisa Adi Dwipatna

^{1,2,3,4,5}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

Email: citraayni@unm.ac.id¹, dirmansyah.darwin@unm.ac.id², himaya.praptani@unm.ac.id³,

adi.zulkarnaen@unm.ac.id⁴, made.jyotisa@unm.ac.id⁵

*Corresponding author: dirmansyah.darwin@unm.ac.id

ABSTRAK

Transformasi UMKM melalui pendekatan inovasi berbasis partisipatif menjadi krusial dalam meningkatkan daya saing usaha skala mikro di era digital. Studi ini bertujuan untuk mengimplementasikan model pendampingan berbasis co-creation yang melibatkan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Makassar (UNM) sebagai fasilitator inovasi dan Dosen Kewirausahaan sebagai pembimbing akademik dalam menghasilkan inovasi yang aplikatif, berbiaya rendah, dan berdampak langsung terhadap performa usaha. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis experiential learning dengan tahapan sistematis meliputi orientasi, pemetaan usaha, observasi, co-creation inovasi, implementasi, serta evaluasi. Objek pengabdian adalah UMKM pisang kue tradisional di Kota Makassar. Hasil menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran melalui QRIS, diversifikasi produk, serta penguatan branding visual berkontribusi terhadap peningkatan daya tarik usaha dan penjualan. Pendekatan co-creation juga memperkuat keterlibatan pelaku usaha dalam proses inovasi dan meningkatkan keberlanjutan implementasi.

Kata Kunci: UMKM, co-creation, mahasiswa, kewirausahaan, digitalisasi

ABTRACT

The transformation of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through participatory innovation approaches has become increasingly crucial for enhancing the competitiveness of micro-scale businesses in the digital era. This study aimed to implement a co-creation-based mentoring model involving students from the Development Economics Program at Universitas Negeri Makassar (UNM) as innovation facilitators and Entrepreneurship lecturers as academic mentors in generating practical, low-cost innovations with direct impacts on business performance. The program employed a participatory approach grounded in experiential learning, consisting of systematic stages including orientation, business mapping, observation, innovation co-creation, implementation, and evaluation. The community service initiative was conducted with a traditional banana cake MSME in Makassar City. The results indicate that the adoption of QRIS-based digital payment systems, product diversification, and strengthened visual branding contributed to improved business attractiveness and increased sales performance. Furthermore, the co-creation approach enhanced the active involvement of business owners in the innovation process, thereby fostering greater ownership and sustainability of the implemented innovations.

Keywords: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Co-Creation, Student Engagement, Entrepreneurship Education, Digitalization

1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran strategis dalam struktur ekonomi Indonesia, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan penguatan ekonomi lokal. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam inovasi produk dan adopsi teknologi digital yang memadai (OECD, 2021; World Bank, 2022). Kondisi ini menghambat kemampuan UMKM dalam beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin terdigitalisasi. Transformasi digital dan inovasi menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM agar mampu meningkatkan daya saing usaha. Adopsi teknologi sederhana seperti sistem pembayaran digital dan strategi pemasaran visual terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional serta menarik minat konsumen (Dwivedi et al., 2021; Verhoef et al., 2021). Namun, implementasi inovasi tersebut sering terkendala oleh keterbatasan literasi digital dan akses informasi.

Pendekatan pemberdayaan berbasis partisipatif seperti co-creation dinilai lebih efektif dibandingkan pendekatan konvensional. Model ini menempatkan pelaku UMKM sebagai aktor utama dalam proses inovasi sehingga meningkatkan relevansi dan keberlanjutan solusi yang dihasilkan (Pralhad & Ramaswamy, 2020; Ramaswamy & Ozcan, 2020). Dalam konteks pendidikan tinggi, pengabdian kepada masyarakat menjadi media integrasi antara teori dan praktik. Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNM berperan sebagai fasilitator inovasi yang mendampingi UMKM secara langsung, sementara Dosen Kewirausahaan berfungsi sebagai pengarah konseptual dan metodologis dalam memastikan kualitas intervensi (Kolb, 2021; Eyler, 2020). Penelitian bertujuan untuk mengimplementasikan model pendampingan UMKM berbasis co-creation yang melibatkan mahasiswa dan dosen dalam menghasilkan inovasi sederhana namun berdampak nyata terhadap performa usaha.

Dalam kerangka pendidikan tinggi, integrasi antara teori dan praktik menjadi elemen krusial dalam membentuk kompetensi mahasiswa yang adaptif terhadap dinamika ekonomi riil. Model pembelajaran berbasis experiential learning memungkinkan mahasiswa tidak hanya memahami konsep kewirausahaan secara konseptual, tetapi juga menginternalisasi proses bisnis melalui interaksi langsung dengan pelaku usaha. Pendekatan ini dinilai efektif dalam meningkatkan kemampuan problem solving, komunikasi, dan pengambilan keputusan berbasis situasi nyata (Kolb, 2021; Eyler, 2020).

Kegiatan pengabdian ini dirancang sebagai bentuk implementasi pembelajaran berbasis praktik yang melibatkan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNM Dalam kerangka pendidikan tinggi, integrasi antara teori dan praktik menjadi elemen krusial dalam membentuk kompetensi mahasiswa yang adaptif terhadap dinamika ekonomi riil. Model pembelajaran berbasis experiential learning memungkinkan mahasiswa tidak hanya memahami konsep kewirausahaan secara konseptual, tetapi juga menginternalisasi proses bisnis melalui interaksi langsung dengan pelaku usaha. Pendekatan ini dinilai efektif dalam meningkatkan kemampuan problem solving, komunikasi, dan pengambilan keputusan berbasis situasi nyata (Kolb, 2021; Eyler, 2020).

Kegiatan pengabdian ini dirancang sebagai bentuk implementasi pembelajaran berbasis praktik yang melibatkan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNM dan Dosen Kewirausahaan dalam mendampingi UMKM secara langsung. Melalui pendekatan co-creation, mahasiswa tidak berperan sebagai pemberi solusi, melainkan sebagai fasilitator yang mendorong lahirnya inovasi dari kebutuhan dan perspektif pelaku usaha. Model ini menghasilkan proses pembelajaran dua arah yang tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas mahasiswa, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi UMKM (Ramaswamy & Ozcan, 2020; Salam et al., 2021).

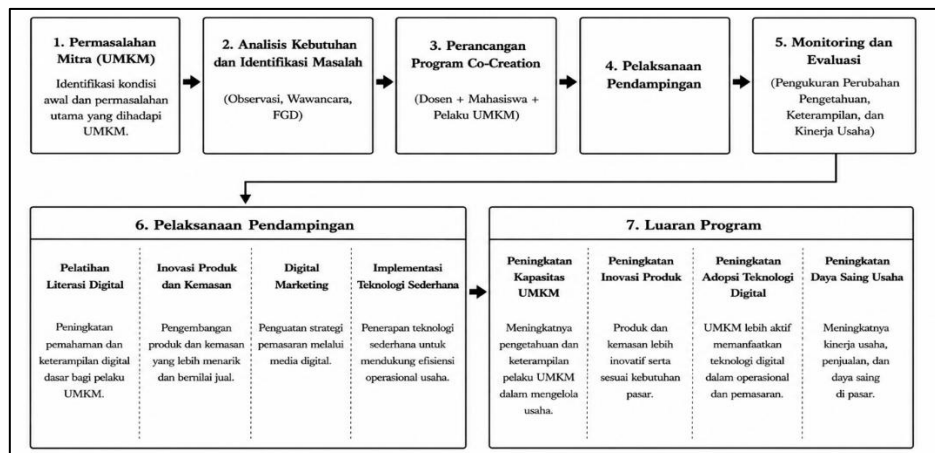
UMKM memiliki posisi strategis sebagai penopang utama ekonomi masyarakat, terutama dalam konteks ekonomi lokal yang berbasis usaha mikro dan informal. Oleh karena itu, intervensi yang bersifat sederhana, kontekstual, dan mudah diimplementasikan menjadi penting untuk mendorong peningkatan performa usaha secara berkelanjutan. Kegiatan pendampingan ini diharapkan mampu menjadi model sinergi antara perguruan tinggi dan UMKM dalam menciptakan dampak ekonomi yang nyata sekaligus memperkuat peran akademisi dalam pembangunan ekonomi berbasis masyarakat (OECD, 2021; World Bank, 2022). Dalam mendampingi UMKM secara langsung. Melalui pendekatan co-creation, mahasiswa

tidak berperan sebagai pemberi solusi, melainkan sebagai fasilitator yang mendorong lahirnya inovasi dari kebutuhan dan perspektif pelaku usaha. Model ini menghasilkan proses pembelajaran dua arah yang tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas mahasiswa, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi UMKM (Ramaswamy & Ozcan, 2020; Salam et al., 2021).

2. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis experiential learning dengan melibatkan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNM sebagai pelaksana utama kegiatan pendampingan dan Dosen Kewirausahaan sebagai pembimbing akademik. Pendekatan ini menekankan pembelajaran berbasis pengalaman langsung di lapangan (Kolb, 2021; Salam et al., 2021). Program dilaksanakan berdasarkan lima prinsip utama, yaitu mahasiswa sebagai fasilitator inovasi, UMKM sebagai subjek pembelajaran, inovasi bersifat low-cost dan low-risk, berbasis tren pasar, serta menghasilkan output yang konkret dan terukur. Prinsip ini dirancang untuk memastikan relevansi dan keberlanjutan inovasi (Ramaswamy & Ozcan, 2020; Vargo & Lusch, 2021).

Kegiatan dilaksanakan selama enam minggu melalui tahapan sistematis yang mencakup orientasi, pemetaan UMKM, observasi, co-creation inovasi, implementasi, dan evaluasi. Dosen Kewirausahaan berperan dalam supervisi setiap tahapan untuk memastikan kesesuaian dengan tujuan pembelajaran dan pengabdian (Sjodin et al., 2020; Saarijärvi et al., 2021). Lokasi kegiatan berada pada UMKM kue tradisional di Jl. Mannuruki 2, Kota Makassar, yang dipilih berdasarkan kesediaan mitra dan potensi pengembangan usaha. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif oleh mahasiswa, wawancara dengan pelaku UMKM, serta dokumentasi kegiatan lapangan. Data kemudian dianalisis secara deskriptif untuk melihat perubahan yang terjadi selama proses pendampingan (Creswell & Creswell, 2021; Yin, 2020). Berikut *framework* pelaksanaan pengabdian.



Gambar 1. Framework Kegiatan Pengabdian



Gambar 2. Pengenalan UMKM

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan selama delapan pekan, yaitu pada periode Februari hingga Maret 2026, dengan alur kegiatan yang dirancang secara sistematis dan bertahap. Rentang waktu tersebut memungkinkan pelaksanaan seluruh tahapan program, mulai dari orientasi, pemetaan UMKM, observasi lapangan, perumusan inovasi berbasis co-creation, hingga implementasi dan evaluasi hasil pendampingan. Penjadwalan yang terstruktur dalam delapan pekan ini memberikan ruang bagi mahasiswa untuk melakukan proses pembelajaran berbasis pengalaman secara optimal sekaligus memastikan bahwa inovasi yang dihasilkan dapat diuji dan diamati dampaknya secara langsung pada UMKM mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM mitra merupakan usaha kuliner tradisional dengan sistem operasional yang masih konvensional dan berbasis transaksi tunai. Keterbatasan utama terletak pada kurangnya variasi produk, belum adanya sistem pembayaran digital, serta minimnya strategi branding visual (Kraus et al., 2021; Nuseir et al., 2021). Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNM menginisiasi implementasi digitalisasi pembayaran melalui QRIS menggunakan platform GoPay Merchant. Inovasi ini meningkatkan kemudahan transaksi serta memperluas jangkauan konsumen yang terbiasa menggunakan sistem pembayaran non-tunai (Dwivedi et al., 2021; Verhoef et al., 2021).

Mahasiswa bersama pelaku UMKM melakukan co-creation inovasi produk dengan menambahkan menu es buah. Diversifikasi ini meningkatkan variasi produk dan memberikan nilai tambah bagi konsumen (Ratten, 2020; Li et al., 2020). Mahasiswa juga terlibat langsung dalam proses penjualan, sehingga memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan secara praktis terkait pelayanan dan interaksi dengan konsumen. Keterlibatan ini memperkuat pemahaman mahasiswa sekaligus meningkatkan kapasitas pelaku usaha (Kolb, 2021; Eylar, 2020).



Gambar 3. Tahap Implementasi Awal

Mahasiswa dengan arahan Dosen Kewirausahaan melakukan penguatan branding melalui pembuatan spanduk. Intervensi ini terbukti meningkatkan visibilitas usaha dan menarik perhatian konsumen di lokasi penjualan (Bharadwaj et al., 2020; Verhoef et al., 2021).



Gambar 4. Evaluasi Hasil Inovasi

Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan penjualan setelah implementasi inovasi, yang didorong oleh kombinasi diversifikasi produk, digitalisasi pembayaran, dan peningkatan tampilan usaha. Hal ini menegaskan bahwa inovasi sederhana yang berbasis kebutuhan nyata memiliki dampak signifikan terhadap performa UMKM (George et al., 2021; Chatterjee et al., 2020). Pendekatan co-creation juga meningkatkan keterlibatan dan rasa kepemilikan pelaku UMKM terhadap inovasi yang dihasilkan. Kondisi ini memperbesar peluang keberlanjutan program setelah kegiatan pendampingan selesai (Prahalad & Ramaswamy, 2020; Vargo & Lusch, 2021).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pendampingan UMKM berbasis co-creation yang melibatkan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNM dan Dosen Kewirausahaan terbukti efektif dalam menghasilkan inovasi yang aplikatif dan berdampak langsung terhadap performa usaha. Implementasi inovasi sederhana seperti QRIS, diversifikasi produk, dan branding visual mampu meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan. Program pendampingan perlu dikembangkan secara berkelanjutan dengan memperluas aspek digital marketing dan integrasi platform online. Selain itu, kolaborasi antara mahasiswa, dosen, dan UMKM perlu diperkuat untuk menciptakan model pemberdayaan yang berkelanjutan dan replikatif.

REFERENSI

- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2020). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 44(2), 537–556. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2020/14434>
- Chatterjee, S., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Sharma, A. (2020). The effect of artificial intelligence adoption on SMEs. *Annals of Operations Research*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03688-1>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-design/book255675>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, D. L., Coombs, C., Constantiou, I., Duan, Y., Edwards, J. S., ... & Upadhyay, N. (2021). Impact of COVID-19 pandemic on information management research and practice: Transforming education, work and life. *International Journal of Information Management*, 55, 102211. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102211>
- Eyler, J. (2020). *The power of experiential education*. Liberal Education. <https://www.aacu.org/liberaleducation/articles/the-power-of-experiential-education>
- George, G., Merrill, R. K., & Schillebeeckx, S. J. D. (2021). Digital sustainability and entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 125, 64–73. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.032>
- Kolb, D. A. (2021). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Pearson Education. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/experiential-learning/P200000003479>
- Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A., & Tiberius, V. (2021). The economics of COVID-19: Initial empirical evidence on how family firms in five European countries cope with the corona crisis. *Journal of Business Research*, 123, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.024>
- Li, F., Su, L., & Liu, J. (2020). Digital transformation of SMEs: A review. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 119–132. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119>

- Nuseir, M. T., Basheer, M. F., & Aljumah, A. (2021). The role of digital marketing in business performance with the moderating effect of environment factors. *International Journal of Innovation Studies*, 5(3), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2021.04.002>
- OECD. (2021). *OECD SME and entrepreneurship outlook 2021*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/97a5bbfe-en>
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2020). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5–14. <https://doi.org/10.1002/dir.20015>
- Ramaswamy, V., & Ozcan, K. (2020). *The co-creation paradigm*. Stanford University Press. <https://doi.org/10.1515/9781503609809>
- Ratten, V. (2020). Coronavirus (COVID-19) and entrepreneurship: Cultural, lifestyle and societal changes. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(5), 747–761. <https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2020-0163>
- Saarijärvi, H., Kannan, P. K., & Kuusela, H. (2021). Value co-creation: Theoretical approaches and practical implications. *Journal of Business Research*, 123, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.012>
- Salam, M., Iskandar, D. N. A., Ibrahim, D. H. A., & Farooq, M. S. (2021). Service learning in higher education: A systematic literature review. *Asia Pacific Education Review*, 22(4), 573–593. <https://doi.org/10.1007/s12564-021-09709-9>
- Setiawan, B., Nugroho, L., & Utami, W. (2022). Adoption of digital payment among SMEs in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(3), 1–10. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no3.0001>
- Sjödén, D., Parida, V., Kohtamäki, M., & Wincent, J. (2020). An agile co-creation process for digital servitization. *California Management Review*, 62(3), 33–54. <https://doi.org/10.1177/0008125620917667>
- Suryono, R. R., Budi, I., & Purwandari, B. (2023). Challenges and trends of MSME digital transformation in Indonesia. *Sustainability*, 15(4), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su15043210>
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2021). Service-dominant logic 2025. *Journal of Service Research*, 24(3), 1–15. <https://doi.org/10.1177/10946705211018640>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- World Bank. (2022). *Indonesia economic prospects: Boosting the recovery*. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1867-2>
- Yin, R. K. (2020). *Case study research and applications* (6th ed.). Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/case-study-research-and-applications/book250150>