Implementation of Linktree Utilization Training as a Digital Branding Medium for MSMEs at Rumah BUMN Sidoarjo

Implementasi Pelatihan Pemanfaatan Linktree sebagai Media Branding Digital bagi UMKM di Rumah BUMN Sidoarjo

Muhammad Khansa Gian Ramanda

{khansagian532@gmail.com[1]}

[1,2] Program Studi Informatika, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Abstract. *General Background The rapid development of the digital era requires Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adopt online media for business marketing and digital branding. Specific Background Although business practitioners at Rumah BUMN Sidoarjo utilize diverse social media accounts, they experience difficulties sharing these accounts because the links remain unintegrated into a single platform. Knowledge Gap While digital marketing has expanded, the practical implementation of simple link-in-bio training tools like Linktree for resource-limited MSMEs requires thorough documentation. Aims This study aims to assist in digitalizing business practitioners at Rumah BUMN Sidoarjo through the utilization of link-in-bio platforms such as Linktree. Results The practical training demonstrates that participants successfully developed their own Linktree accounts, resulting in more organized and professional digital profiles that facilitate consumer information access. Novelty A direct technical training framework is established by combining theory delivery and hands-on Linktree creation practice specifically tailored for community-based MSMEs. Implications Implementing this digital tool successfully simplifies consumer access and strengthens the brand image of business practitioners in the digital market.*
Keywords *SMEs, Social media, Digitalization, Linktree, Rumah BUMN Sidoarjo*

Abstrak. Latar Belakang Umum Perkembangan pesat era digital mengharuskan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengadopsi media online untuk pemasaran bisnis dan branding digital. Latar Belakang Spesifik Meskipun praktisi bisnis di Rumah BUMN Sidoarjo menggunakan beragam akun media sosial, mereka mengalami kesulitan membagikan akun tersebut karena tautan tersebut tetap tidak terintegrasi dalam satu platform. Kesenjangan Pengetahuan Meskipun pemasaran digital telah berkembang, implementasi praktis alat pelatihan link-in-bio sederhana seperti Linktree untuk UMKM dengan sumber daya terbatas memerlukan dokumentasi yang mendalam. Tujuan Studi ini bertujuan membantu digitalisasi praktisi bisnis di Rumah BUMN Sidoarjo melalui pemanfaatan platform link-in-bio seperti Linktree. Hasil Pelatihan praktis menunjukkan bahwa peserta berhasil mengembangkan akun Linktree mereka sendiri, menghasilkan profil digital yang lebih terorganisir dan profesional yang memudahkan akses informasi konsumen. Kebaruan Kerangka pelatihan teknis langsung dibuat dengan menggabungkan penyampaian teori dan praktik pembuatan Linktree secara langsung yang khusus disesuaikan untuk UMKM berbasis komunitas. Implikasi Penerapan alat digital ini secara sukses menyederhanakan akses konsumen dan memperkuat citra merek para pelaku bisnis di pasar digital.
Kata Kunci UKM, Media Sosial, Digitalisasi, Linktree, Rumah BUMN Sidoarjo

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat [1], [2]. UMKM juga menjadi sumber penghidupan utama bagi banyak pelaku usaha, termasuk yang bergerak pada sektor-sektor berbasis kearifan lokal seperti batik dan produk tradisional lainnya [3]. UMKM sebenarnya memiliki potensi yang besar namun masih dibayangi tantangan, terutama rendahnya inovasi dan keterbatasan untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

UMKM sebenarnya memiliki peluang luas untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan melalui pemanfaatan teknologi digital di era digital saat ini. Pelaku UMKM belum sepenuhnya mampu memanfaatkan peluang tersebut secara optimal. Permasalahan yang masih sering dijumpai antara lain rendahnya literasi digital, kurangnya antusiasme berwirausaha, serta minimnya motivasi untuk mengembangkan potensi usaha, khususnya di kalangan masyarakat desa, ibu rumah tangga, dan generasi muda. [4], [5]. Kondisi tersebut berdampak pada terbatasnya jangkauan pemasaran dan belum optimalnya penjualan secara online.

Perkembangan media sosial dan e-commerce telah mengubah cara UMKM berinteraksi dengan konsumen dan menjadi bagian penting dalam aktivitas ekonomi digital.[6]. Praktiknya menunjukkan masih banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, baik karena keterbatasan pengetahuan teknologi maupun kurangnya strategi pemasaran digital yang terarah [7]. Potensi media digital sebagai sarana branding

dan peningkatan penjualan belum dimanfaatkan secara maksimal karena kondisi tersebut.

Platform Linktree menjadi salah satu solusi yang relatif mudah dan praktis untuk membantu pelaku UMKM membangun identitas digital. Platform ini memungkinkan pelaku usaha mengintegrasikan berbagai tautan penting, seperti media sosial, kontak usaha, dan marketplace, dalam satu akses yang terpusat sehingga tampilan akun menjadi lebih rapi dan profesional. [8], [9]. Pemanfaatan Linktree juga dinilai sesuai dengan karakteristik UMKM karena tidak memerlukan kemampuan teknis yang kompleks, namun tetap efektif untuk mendukung personal branding dan promosi online.

Rumah BUMN Sidoarjo secara rutin menyelenggarakan berbagai program pelatihan untuk mendukung peningkatan kapasitas digital UMKM, seperti pembuatan konten promosi, desain visual menggunakan Canva, hingga pelatihan branding digital. Penulis bersama seorang rekan turut menyelenggarakan pelatihan berjudul "Mengenal Linktree: Cara Mudah Memulai Personal Branding dan Promosi Online" sebagai bagian dari rangkaian kegiatan praktik kerja lapangan yang diikuti oleh para pelaku UMKM binaan Rumah BUMN Sidoarjo yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga serta melibatkan bapak-bapak dan generasi muda. Pelatihan ini difokuskan pada pengenalan dan praktik penggunaan Linktree sebagai media promosi yang sederhana, terstruktur, dan mudah diterapkan oleh pelaku UMKM [9], [10].

Pelaku UMKM diharapkan mampu mengelola media digital secara lebih efektif, meningkatkan citra mereka, serta memperluas jangkauan pasar melalui pelatihan ini. Strategi pemasaran digital yang tepat dan sesuai dengan kemampuan pelaku usaha diharapkan tidak hanya dapat meningkatkan penjualan secara online, melainkan juga membangun reputasi usaha yang lebih profesional dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital bagi UMKM. [10].

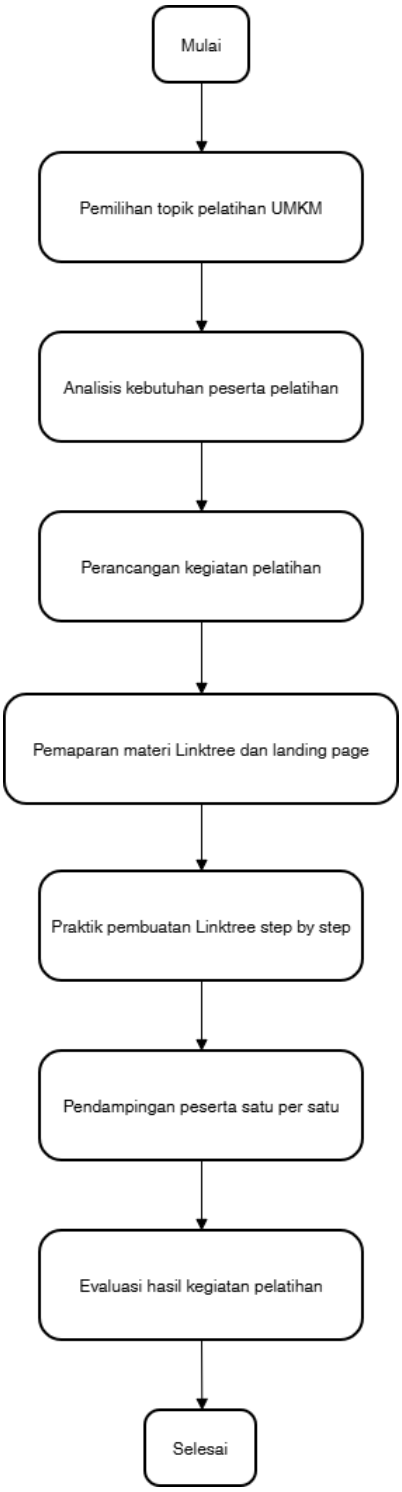
METODE

Metode penelitian ini menggunakan **kualitatif**, yang dipilih karena mampu menjelaskan materi secara jelas dan berbasis pengalaman, dengan sedikit data angka. Penulis bersama seorang rekan melaksanakan pelatihan ini di Rumah BUMN Sidoarjo. Topik pelatihan dipilih berdasarkan kemudahan pelaksanaan dan manfaat praktis bagi UMKM, serta memiliki sentuhan teknologi melalui penggunaan platform Linktree.

Lokasi penelitian berada di Rumah BUMN Sidoarjo, dengan subjek penelitian berupa peserta pelatihan UMKM binaan, yang sebagian besar ibu-ibu, serta ada juga bapak dan anak muda. Subjek dipilih **secara purposive sampling**, yaitu peserta yang terlibat aktif dalam kegiatan pelatihan dan relevan dengan materi yang diberikan.

Penelitian atau pelatihan dilakukan melalui berbagai langkah pada Gambar 1 yang disesuaikan dengan kondisi pelaksanaan kegiatan di lapangan, yaitu sebagai berikut :

1. **Pemilihan Topik**
   Topik pelatihan ditentukan berdasarkan relevansinya terhadap kebutuhan UMKM dan kemudahan pelaksanaannya. Topik juga dipilih berdasarkan manfaat praktis yang dapat diterapkan langsung oleh peserta pelatihan UMKM.
2. **Analisis Kebutuhan**
   Analisis sederhana dilakukan untuk menentukan jenis pelatihan yang sesuai dengan karakteristik peserta pada tahapan ini. Pelatihan dirancang dengan pendekatan yang mudah dipahami, praktis, dan berfokus pada kegiatan praktik agar peserta dapat mengikutinya dengan lebih baik karena sebagian besar peserta adalah ibu-ibu pelaku UMKM.
3. **Perancangan Pelatihan**
   Program pelatihan dirancang dalam bentuk presentasi yang membahas Linktree sebagai alat untuk personal branding dan pemasaran online. Presentasi tersebut membahas konsep landing page sebagai halaman web yang difokuskan pada satu tujuan, seperti menyampaikan informasi atau mempromosikan bisnis, serta peran utama landing page sebagai media navigasi yang mudah dipahami oleh pengguna. Materi memperkenalkan peserta dengan contoh platform link-in-bio, seperti Linktree, Bio.link, Beacons.ai, Taplink, Shor.by, Carrd, dan Website Canva. Materi juga membahas pentingnya penggunaan tautan bio media sosial untuk branding individu dan UMKM, memudahkan promosi, dan menampilkan profil bisnis yang lebih profesional.
4. **Pelaksanaan Kegiatan**
   Peserta memulai praktik pembuatan halaman Linktree secara bertahap setelah presentasi. Praktik ini dilakukan secara bertahap mulai dari membuat akun, mengisi data bisnis, dan membuat tautan yang menghubungkan ke platform pemasaran yang dimiliki. Penulis bersama seorang rekan memberikan bantuan kepada mereka yang menghadapi kesulitan untuk memastikan semua peserta dapat mengikuti setiap tahapan praktik dengan baik.
5. **Evaluasi Hasil Kegiatan**
   Evaluasi dilakukan berdasarkan hasil praktik peserta selama pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian peserta telah berhasil membuat halaman Linktree meskipun masih pada tahap dasar. Keterbatasan waktu pelaksanaan pelatihan menjadi salah satu faktor yang membatasi pengembangan desain secara lebih mendalam. Peserta telah mampu memahami konsep dasar penggunaan Linktree dan dapat mengaplikasikannya sesuai dengan kebutuhan usaha masing-masing.



Gambar 1. Proses Alur Pelaksanaan Pelatihan Pemanfaatan Linktree sebagai Media Branding Digital di Rumah BUMN Sidoarjo

Pelatihan ini diharapkan tidak hanya memberikan gambaran mengenai permasalahan keterbatasan pemanfaatan media digital oleh UMKM, melainkan juga menghadirkan solusi praktis yang dapat diimplementasikan secara langsung melalui metode ini. Pendekatan praktik bertahap sebagai metode pelaksanaan memungkinkan peserta belajar melalui pengalaman nyata, sehingga hasil kegiatan menjadi lebih aplikatif dan relevan dengan kebutuhan di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan praktik kerja/magang di Rumah BUMN Sidoarjo menghasilkan output utama, yaitu **peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemanfaatan Linktree sebagai media branding digital.**

A. Hasil Pelatihan Pemanfaatan Linktree sebagai Media Branding Digital

Pelatihan pemanfaatan Linktree dilaksanakan sebagai solusi alternatif atas keterbatasan pelaku UMKM dalam membangun branding digital yang terstruktur. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan media sosial sebagai sarana promosi tanpa memiliki media terpusat yang mampu menampilkan identitas usaha secara profesional sebelum pelatihan dilaksanakan.

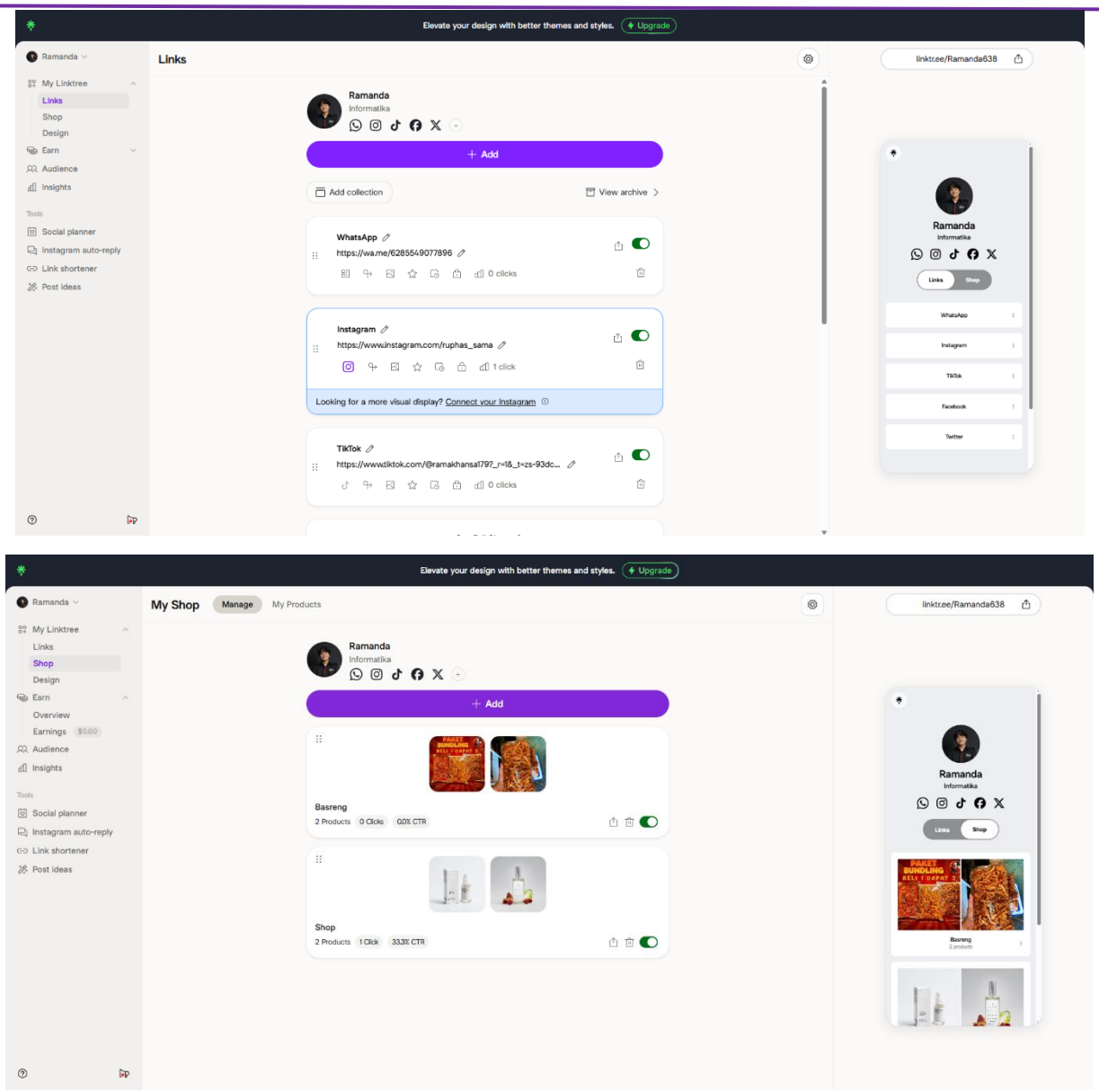
Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu:

1. Memahami konsep dasar Linktree sebagai media penghubung berbagai platform digital.
2. Membuat halaman Linktree yang memuat profil usaha, tautan media sosial, kontak usaha, serta informasi produk.
3. Menyusun tampilan Linktree yang lebih rapi dan representatif sebagai identitas digital UMKM.

Dokumentasi hasil workshop Linktree pada Gambar 2 digunakan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan, sekaligus merepresentasikan keterlibatan peserta dalam rangkaian pelatihan digitalisasi UMKM di Rumah BUMN Sidoarjo.



Gambar 2. Proses Pelatihan Linktree di Rumah BUMN Sidoarjo

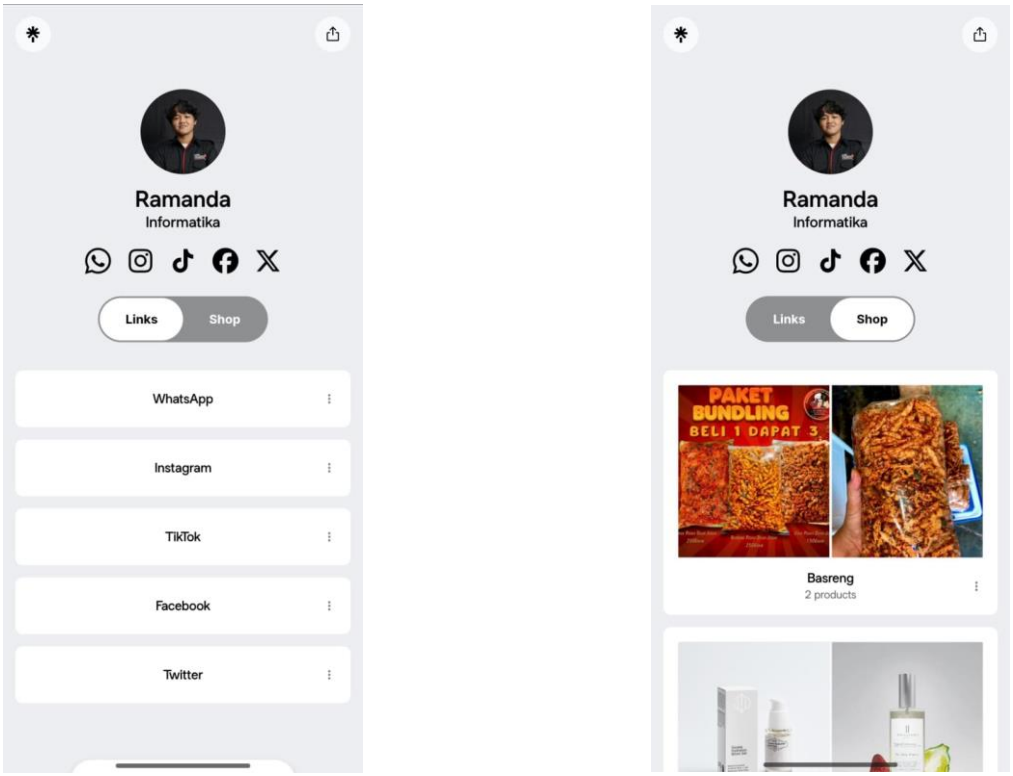


Gambar 3. Tampilan Dashboard Editor Pada Linktree

B. Pembahasan

Platform Linktree menyediakan dashboard editor pada Gambar 3 yang memungkinkan pengguna mengelola berbagai tautan digital dalam satu tampilan terpusat. Pengguna dapat menambahkan dan mengatur tautan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok sesuai kebutuhan promosi. Selain itu, Linktree menyediakan fitur toko digital (Shop) yang memungkinkan pelaku UMKM menampilkan produk secara visual lengkap dengan gambar dan deskripsi singkat dalam satu tautan terintegrasi. Fitur pratinjau (preview) membantu pengguna melihat tampilan akun sebagaimana yang diakses konsumen, sehingga tampilan dapat disesuaikan agar lebih rapi dan profesional. [1]

Kegiatan pelatihan pemanfaatan Linktree menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi yang sederhana namun tepat sasaran mampu memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM binaan Rumah BUMN Sidoarjo. Pelatihan ini difokuskan pada peningkatan kemampuan UMKM memanfaatkan Linktree sebagai media branding digital yang praktis, mudah digunakan, dan dapat langsung diterapkan untuk mendukung kegiatan promosi usaha. Platform Linktree dinilai sesuai dengan karakteristik pelaku UMKM karena tidak memerlukan kemampuan teknis yang kompleks serta mampu mengintegrasikan berbagai informasi usaha dalam satu tautan, sehingga lebih efisien dibandingkan pembuatan website konvensional. [4], [9].



Gambar 4. Tampilan hasil linktree di Handphone

Hasil pelatihan pada Gambar 4 menunjukkan bahwa pemanfaatan Linktree dapat menjadi langkah awal yang efektif untuk mendukung proses digitalisasi dan penguatan branding UMKM. Pendekatan pelatihan berbasis praktik memungkinkan peserta tidak hanya memahami konsep, melainkan juga langsung mengaplikasikan media digital sebagai sarana promosi usaha secara mandiri. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pemanfaatan platform digital yang sederhana dapat membantu meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pemasaran, serta memperkuat daya saing UMKM di era digital. [11], [12], [13], [14].

KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan praktik kerja/magang di Rumah BUMN Sidoarjo menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan Linktree sebagai media branding digital memberikan kontribusi positif untuk mendukung upaya pemberdayaan UMKM binaan. Kegiatan pelatihan ini dirancang secara praktis dan aplikatif sehingga mudah dipahami serta dapat langsung diterapkan oleh peserta.

Pelatihan Linktree terbukti membantu pelaku UMKM membangun media branding digital yang terpusat dan terstruktur. Peserta mampu menampilkan informasi usaha, media sosial, serta kontak bisnis secara lebih rapi dan profesional melalui penggunaan satu tautan. Platform Linktree dinilai sesuai dengan karakteristik UMKM karena tidak memerlukan kemampuan teknis yang kompleks, namun tetap efektif untuk mendukung promosi dan identitas usaha di ranah digital.

Pelatihan pemanfaatan Linktree menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi sederhana dan tepat sasaran dapat menjadi langkah awal yang efektif untuk mendukung proses transformasi digital UMKM secara keseluruhan. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat berkelanjutan serta menjadi referensi bagi pelaksanaan pelatihan serupa di Rumah BUMN Sidoarjo guna meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

REFERENSI

[1] "View of Pemberdayaan UMKM Aghni Craft Melalui Digital Marketing dengan LinkTree sebagai Media Penghubung Multiplatform," Accessed: Jan. 13, 2026. [Online]. Available: https://jurnalfebi.uinkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/2181/799

[2] D. P. Apriliandini, E. Widyastuti, N. T. D. Saryono, S. U. Ramadhania, and K. R. Hayati, "Pendampingan

Digital Marketing bagi UMKM Pengrajin Kain Batik Guna Meningkatkan Angka Penjualan di Kelurahan Rungkut Menanggal, Kota Surabaya," *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, vol. 2, no. 4, pp. 1339–1346, 2022, doi: 10.54082/jamsi.420.

[3] K. A. Ardhanariswari, N. Probosari, and A. Prasetyo, "Implementasi Branding pada Media Sosial untuk Pengembangan Ekosistem Digital UMKM pada BUMKal Trengginas Batik Nitik Trimulyo," *Prosiding Seminar Nasional LPPM UPN Veteran Yogyakarta*, pp. 35–52, 2024. [Online]. Available: [suspicious link removed]

[4] F. Amir, D. R. Santosa, and R. Febrianita, "Pelatihan dan Pendampingan Branding Berbasis Digital sebagai Upaya Pengembangan UMKM di Kelurahan Bulak Banteng," *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi*, vol. 2, no. 2, pp. 1285–1295, 2022, doi: 10.58466/literasi.v2i2.1286.

[5] K. A. Ardhanariswari, N. Probosari, and A. Prasetyo, "Implementasi Branding pada Media Sosial untuk Pengembangan Ekosistem Digital UMKM pada BUMKal Trengginas Batik Nitik Trimulyo," *Prosiding Seminar Nasional LPPM UPN Veteran Yogyakarta*, pp. 35–52, 2024. [Online]. Available: [suspicious link removed]

[6] M. B. N. Hidayah, P. Febriana, A. Rochmaniah, and M. F. A. M. Ariko, "Peningkatan Branding Kedai De Vijas Melalui Website Linktree," *Fokus Abdimas*, vol. 3, no. 2, pp. 132–135, 2024, doi: 10.34152/abdimas.3.2.132-135.

[7] D. A. Rokhmah, M. Rosyada, U. Khusna, and A. W. Pekalongan, "Peran Linktree dalam Mendukung E-Commerce Koperasi Mahasiswa: Studi Kasus di UIN Gusdur Pekalongan," *Jurnal Bisnis, dan Sosial*, vol. 3, no. 2, pp. 95–103, 2025.

[8] E. A. S. Mathory, G. B. Yousuf, A. I. Tenry, and R. Ratnasari, "Pendampingan Masyarakat Desa dalam Berwirausaha dan Pemanfaatan Linktree sebagai Media Promosi Usaha," *Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 7, no. 1, pp. 1–7, 2025. [Online]. Available: https://ejournal.uniskakediri.ac.id/index.php/CENDEKIA/article/view/5812

[9] A. D. A. Islami, "Sosialisasi Digital Marketing Serta Pembuatan Linktree dan Instagram Guna Meningkatkan Penjualan di UMKM Kopi Mbah Bongso," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 45–50, 2025.

[10] D. Miliandy, S. Suprayitno, R. B. Pamungkas, N. A. Budiono, Y. D. Cristian, and Y. Wulansari, "Penerapan Ruang Interaksi Digital Melalui Linktree Untuk Meningkatkan Keterlibatan Konsumen di Terasa Java Coffee Colomadu Karanganyar," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mentari*, vol. 1, no. 6, pp. 197–204, 2025, doi: 10.59837/jpmm.v1i6.43.

[11] A. L. Ginting, L. Sulistyowati, F. Hafa, and R. F. Widyawati, "Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM Paguyuban Kampung Bejo Dengan Aplikasi Linktree Dan Media Sosial," *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, vol. 8, no. 2, pp. 193–200, 2023, doi: 10.33366/japi.v8i2.5041.

[12] R. Rosmeli, N. Ekasari, and R. Friyani, "Pemasaran Online J.a Seafood Melalui Linktree," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 205–210, 2025. [Online]. Available: https://linktr.ee/register

[13] D. Meisak, R. Setiawan, M. R. Pahlevi, A. Nugroho, E. A. Winanto, and Amroni, "Pelatihan Bisnis Digital UMKM Desa Pijoan Untuk Meningkatkan Penjualan Online Dengan Linktree," *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA*, vol. 4, no. 1, pp. 53–58, 2025, doi: 10.33998/jpmu.2025.4.1.2168.

[14] S. A. Thaher, S. M. Fernando, A. E. Larasati, and M. Sakti, "Pendampingan dan Pengembangan Strategi Pemasaran Digital UMKM Puspo Putri Semarang," *Jurnal Abdimas ADPI Sosial Humaniora*, vol. 6, pp. 47–54, 2025, doi: 10.47841/jsoshum.v6i2.492.

[15] R. Pratama and S. Wibowo, "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dan Link-in-Bio dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital," *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 2, pp. 115–124, 2024, doi: 10.20885/jik.vol13.iss2.art5.