

PEMETAAN DIGITAL GOOGLE MAPS SEBAGAI AKSEBILITAS DAN PROMOSI UMKM DESA MENJER

Roya Rifatul Ikrima ^{*1}

Faizzatul Mukaromah ²

Albi Ferdiansyah ³

Siti Khoiriyah ⁴

^{1,2,3,4} Universitas Sains Al-Qur'an

*e-mail: Royaikrima24@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang pemetaan digital UMKM di Desa Menjer menggunakan Google Maps sebagai sarana promosi dan peningkatan aksesibilitas. UMKM di desa ini memiliki potensi besar untuk mendukung ekonomi lokal, namun masih menghadapi kendala seperti keterbatasan akses teknologi, rendahnya literasi digital, modal yang terbatas, serta budaya bisnis konvensional yang masih kuat. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebanyak 20 UMKM berhasil dipetakan dan ditampilkan di Google Maps, lengkap dengan informasi usaha, produk, serta kontak pemilik. Upaya ini mempermudah konsumen, termasuk wisatawan, dalam menemukan UMKM lokal, sekaligus meningkatkan peluang promosi dan kolaborasi antar pelaku usaha. Program ini terbukti membantu UMKM Desa Menjer menjadi lebih dikenal, meningkatkan jumlah pelanggan, serta membuka jaringan kerja sama baru. Meski demikian, masih diperlukan pendampingan lanjutan untuk meningkatkan literasi digital pelaku usaha agar mereka mampu mengelola profil usahanya secara mandiri. Dengan demikian, pemetaan digital melalui Google Maps dapat menjadi langkah strategis dalam mendorong UMKM pedesaan agar lebih berdaya saing di era digital.

Kata Kunci : UMKM, digitalisasi, google maps, aksesibilitas.

Abstract

This study discusses the digital mapping of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Menjer Village using Google Maps as a tool for promotion and accessibility improvement. MSMEs in this village have significant potential to support the local economy, but they still face challenges such as limited technological infrastructure, low digital literacy, lack of capital, and a strong reliance on conventional business practices. The research employed a qualitative case study approach through observation, interviews, and documentation. The results show that 20 MSMEs were successfully mapped and displayed on Google Maps, complete with business information, products, and contact details. This effort has made it easier for consumers, including tourists, to find local MSMEs, while also increasing promotion opportunities and fostering collaboration among business owners. The program proved effective in enhancing the visibility of MSMEs in Menjer Village, attracting more customers, and opening new networking opportunities. However, continuous assistance is still needed to improve digital literacy so that business owners can manage their profiles independently. Therefore, digital mapping through Google Maps can serve as a strategic step to empower rural MSMEs and increase their competitiveness in the digital era.

Keywords: MSMEs, digitalization, Google Maps, accessibility,

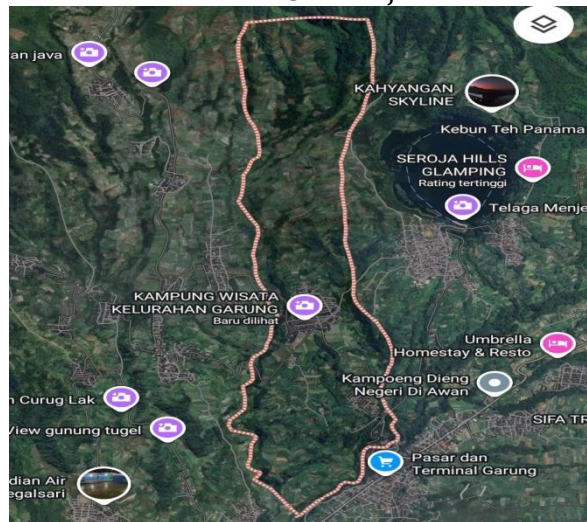
PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, digitalisasi telah menjadi tren global yang mengubah berbagai sektor ekonomi, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Murtiningsih & Caroline (2024), Digitalisasi UMKM merupakan proses penerapan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas UMKM tersebut. Digitalisasi UMKM dinilai sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya saing bisnis lokal, memperluas akses pasar, serta meningkatkan efisiensi operasional. Pemerintah Indonesia melalui berbagai program dan kebijakan telah mendorong digitalisasi UMKM, khususnya di daerah pedesaan. Pemerintah daerah memberdayakan desa wisata melalui regulasi, pelibatan masyarakat, serta pemanfaatan potensi alam dan budaya untuk meningkatkan ekonomi serta melestarikan kearifan lokal. Selain itu, pendampingan dan pelatihan diberikan agar masyarakat mampu mengelola desa wisata

secara mandiri dan berkelanjutan (Nurfadlilah & Karniawati, 2023). Hal ini diejawantahkan dengan adanya slogan 'Desa Membangun Indonesia' yang menurut Andari & Ella (2021), pembangunan desa yang berkelanjutan dan berbasis teknologi dapat menjadi fondasi utama dalam memajukan negara.

Desa Menjer terdiri dari 2 dusun yang terbagi mejadi 23 RT, tentunya memiliki sektor-sektor yang berpotensi untuk meningkatkan perekonomian desa. Salah satunya adalah sektor industri rumahan. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terdapat 20 UMKM yang terdata di Desa Menjer.

PETA DESA MENJER



Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam pembangunan ekonomi di daerah pedesaan, termasuk di Desa Menjer. UMKM tidak hanya menjadi sumber utama mata pencaharian bagi masyarakat setempat, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi desa. Di tengah perkembangan teknologi dan tren digitalisasi yang semakin pesat, UMKM di pedesaan menghadapi tantangan besar dalam beradaptasi dengan perubahan ini. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di bulan Agustus ternyata masih terdapat permasalahan dalam kesulitan pada pemasaran produk.

Desa menjer memiliki beragam Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berpotensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Seperti warung makan, jasa isi ulang air galon, peternakan, dan lain sebagainya. Namun sebian besar UMKM belum terdigitalisasi , sehingga sulit ditemukan oleh masyarakat luar, pendatang maupun wisatawan. Hal ini terbukti saat kelompok KKN mengalami kesulitan mencari tempat isi ulang air galon karena tidak ada informasi daring yang tersedia. Di era digital saat ini, keterbatasan akses informasi tersebut menjadi penghambat perkembangan UMKM. Padahal, dengan memanfaatkan platform gratis seperti Google Maps, lokasi dan informasi usaha dapat ditampilkan secara luas, sehingga memudahkan konsumen dalam menemukan layanan yang dibutuhkan. Pemetaan digital UMKM melalui Google Maps bukan hanya membantu promosi secara gratis, tetapi juga mendukung program pemerintah dalam mewujudkan desa digital yang berdaya saing.

Beberapa kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di desa ini antara lain :

1. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi

Akses internet yang belum merata dan keterbatasan jaringan menjadi hambatan utama bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kecepatan internet yang rendah dan biaya akses yang tinggi sering kali menghambat kelancaran transaksi online serta penggunaan aplikasi berbasis digital.

2. Kurangnya Literasi Digital

Banyak pelaku UMKM di desa masih memiliki keterbatasan dalam memahami dan mengoperasikan teknologi digital. Kurangnya keterampilan dalam menggunakan platform

ecommerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital membuat mereka kesulitan dalam mengoptimalkan potensi digitalisasi untuk perkembangan bisnis mereka.

3. **Tingkat Kepercayaan yang Rendah terhadap Transaksi Digital**

Masyarakat desa cenderung lebih percaya pada transaksi tunai dan sistem jual beli konvensional. Keamanan data, risiko penipuan, serta kurangnya edukasi mengenai manfaat transaksi digital menjadi faktor yang membuat digitalisasi belum sepenuhnya diterima oleh pelaku usaha dan konsumen di daerah ini.

4. **Modal dan Biaya Adaptasi Teknologi**

Digitalisasi tidak hanya memerlukan keterampilan tetapi juga investasi dalam perangkat teknologi seperti smartphone, komputer, atau perangkat pendukung lainnya. Bagi UMKM yang memiliki keterbatasan modal, biaya tambahan ini menjadi tantangan besar yang membuat mereka ragu untuk beralih ke sistem digital.

5. **Budaya Bisnis Konvensional yang Masih Kuat**

Transaksi secara langsung (tatap muka) dan pembayaran tunai masih menjadi metode utama dalam kegiatan bisnis di desa. Kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital masih rendah, sehingga pelaku UMKM menghadapi tantangan dalam mengajak pelanggan untuk beralih ke sistem digital.

Desa Menjer mulai mengalami perubahan dengan adanya inisiatif digitalisasi, baik yang dilakukan secara mandiri oleh pelaku usaha maupun melalui program pemerintah atau swasta. Beberapa pelaku UMKM telah mencoba memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, menggunakan layanan dompet digital, serta menjajaki platform e-commerce untuk memperluas pasar. Agar tetap kompetitif, pedagang konvensional perlu mengadopsi strategi digital, seperti memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, serta mengombinasikan model bisnis offline dan online untuk meningkatkan daya saing di era digital (Fani & Safira, 2024). Dengan ecommerce, UMKM dapat menjual produk mereka secara online tanpa terbatas oleh lokasi fisik, mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja (Adhitya, 2024). Selain itu, e-commerce memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan data pelanggan, menerapkan strategi pemasaran yang lebih personal, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui media sosial.

METODE

a. Tahap pra kegiatan

Tahap pra kegiatan merupakan fase perencanaan yang sangat penting untuk memastikan keberhasilan program. Dalam tahap ini, Tim KKN Desa Menjer melakukan berbagai persiapan yang mencakup koordinasi, diskusi, dan perencanaan strategis.

➤ **Koordinasi dengan kepala desa**

Tim KKN terlebih dahulu melakukan pertemuan dengan Kepala Menjer untuk menyampaikan rencana program kerja yang akan dijalankan selama periode KKN. Dalam pertemuan ini, dilakukan diskusi mengenai kebutuhan desa, potensi UMKM, serta kendala yang dihadapi pelaku usaha kecil dan menengah di desa tersebut. Dari hasil diskusi, diperoleh masukan terkait aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam program pengembangan UMKM.

➤ **Koordinasi dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)**

Setelah mendapatkan persetujuan dari Kepala Desa, Tim KKN mengadakan rapat dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) untuk memastikan program yang akan dilaksanakan sesuai dengan kaidah akademik serta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. DPL memberikan arahan mengenai teknik pengumpulan data, metode observasi, serta strategi implementasi yang lebih efektif.

➤ **Perencanaan Strategis dan Pengusunan Program Kerja** Berdasarkan hasil koordinasi yang telah dilakukan, Tim KKN menyusun rencana kerja secara sistematis. Program utama yang ditetapkan meliputi pendataan UMKM, pemetaan lokasi usaha di Google Maps. Dalam tahap ini, tim juga menyiapkan instrumen penelitian seperti pedoman wawancara, formulir observasi, serta alat pendokumentasian (kamera, perekam suara, dan lain-lain).

b. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan tahap inti dari kegiatan KKN yang dilakukan di Menjer. Pada tahap ini, Tim KKN menjalankan program yang telah direncanakan untuk membantu meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM lokal.

➤ Survei lokasi UMKM

Survei dilakukan untuk mendapatkan gambaran umum dari masyarakat, pelanggan UMKM, serta pengunjung desa terkait penggunaan Google Maps sebagai media pencarian informasi UMKM. Survei ini dipilih karena efektif untuk menjaring pendapat dari responden dalam jumlah lebih besar dibanding wawancara.

➤ Pendataan UMKM Melalui Observasi dan Wawancara

Tim KKN mengunjungi setiap UMKM yang telah teridentifikasi untuk melakukan pendataan lebih lanjut. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung kondisi usaha, jumlah produksi, metode pemasaran, serta kendala yang dihadapi pelaku usaha. Wawancara dengan pemilik UMKM juga dilakukan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai sejarah usaha, strategi bisnis, serta harapan mereka terhadap program ini

➤ Pemetaan UMKM ke dalam Google Maps

Setelah data dikumpulkan, Tim KKN memasukkan titik koordinat lokasi usaha ke dalam Google Maps. Proses ini dilakukan untuk mempermudah akses bagi calon pelanggan yang ingin mencari produk-produk lokal dari Desa Menjer. Selain itu, setiap titik UMKM juga dilengkapi dengan informasi detail mengenai jenis usaha, produk yang ditawarkan, serta kontak yang dapat dihubungi.

➤ Peningkatan Jaringan dan Kolaborasi Antar UMKM Melalui program ini, pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan bantuan promosi, tetapi juga memiliki kesempatan untuk berjejaring satu sama lain. Dengan adanya pemetaan dan pendataan, para pelaku usaha dapat mengetahui UMKM lain yang beroperasi di desa mereka. Hal ini membuka peluang kerja sama seperti promosi bersama, pertukaran informasi bisnis, serta potensi pengembangan produk kolaboratif.

Dari proses pengumpulan data dan pemetaan yang dilakukan, terdapat 17 UMKM yang berhasil terdata di Google Maps di Desa Menjer. Proses pengambilan data di 17 UMKM Desa Menjer dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan. Langkah pertama adalah koordinasi awal dan identifikasi UMKM, di mana Tim KKN berkomunikasi dengan Kepala Desa, Ketua RT dari RT 01 hingga RT 23, serta pelaku UMKM untuk menyusun daftar usaha yang aktif di desa. Setelah itu, dilakukan observasi langsung ke lokasi UMKM guna mencatat kondisi usaha, metode pemasaran, serta kendala yang dihadapi pelaku usaha. Selanjutnya, tim melakukan wawancara dengan pemilik UMKM untuk menggali lebih dalam tentang sejarah usaha, strategi pemasaran, serta harapan mereka terhadap program digitalisasi dan promosi. Setelah data dasar terkumpul, tim mencatat titik koordinat setiap UMKM menggunakan GPS dan memasukkannya ke dalam Google Maps, dilengkapi dengan informasi produk, foto usaha, dan kontak pemilik. Untuk mendukung visibilitas, dibuat spanduk promosi yang berisi informasi usaha dan dipasang di lokasi strategis. Tahap akhir adalah evaluasi dan monitoring, di mana tim KKN mengumpulkan umpan balik dari pelaku UMKM untuk mengukur dampak dari pemetaan digital ini terhadap jumlah pelanggan dan pemasaran mereka. Melalui langkah-langkah ini, program pendataan dan digitalisasi UMKM di Sungai Selan Atas berhasil meningkatkan aksesibilitas dan peluang bisnis bagi para pelaku usaha.

Berdasarkan analisis lokasi, pengembangan peta dan pembuatan titik koordinat UMKM di Google Maps menghasilkan peta digital yang dapat diakses oleh siapa saja, yang mencakup lokasi usaha, jenis usaha, dan informasi kontak masing-masing UMKM. Sehingga hal tersebut dapat memudahkan para pengunjung atau wisatawan dalam mencari UMKM yang menjual produk khas Desa Menjer.

Adapun UMKM yang berhasil terdata di didalam Peta dan Google Maps sebagai berikut :

No	Nama UMKM	Lokasi UMKM
1.	Penjahit Ashar	RT 01
2.	Febri Cell	RT 04

3.	Kusen Pak Slamet	RT 05
4.	Toko Salma Warastika	RT 06
5.	Warung Endarti	RT 09
6.	Ariy Cell	RT 15
7.	Mie Ayam Sukur	RT 15
8.	Warung Daffa	RT 16
9.	Toko Bahtiar dan Bakso Cak Yon	RT 18
10.	Seblak Prasmanan Tata	RT 19
11.	Zeline Laundry	RT 19
12.	Warung Mbak Sukiyah	RT 20
13.	Warung Gas Elpigi Aira	RT 21
14.	Peternakan Domba Besi	RT 23
15.	Nasi Jagung Gama	RT 23
16.	Toko Beras Maharani	RT 23
17.	Refill Galon Fik Qua	RT 23

Beberapa hasil utama dari strategi ini adalah

- Peningkatan Visibilitas UMKM : Setelah titik koordinat setiap UMKM dimasukkan ke dalam Google Maps, banyak UMKM yang mengalami peningkatan jumlah pengunjung, baik yang datang langsung maupun yang menggunakan layanan digital untuk mencari informasi tentang usaha tersebut, misalkan langsung menghubungi kontak yang tertera.
- Kolaborasi dan Jaringan antar UMKM : Pemetaan yang dilakukan juga meningkatkan jaringan antar pengusaha UMKM, karena mereka dapat melihat keberadaan satu sama lain dan melakukan kerjasama atau saling mendukung dalam bentuk promosi bersama.

Penggunaan teknologi untuk memetakan UMKM di Google Maps dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama bagi konsumen yang lebih cenderung menggunakan aplikasi digital untuk mencari tempat atau layanan. Adanya informasi terkait jenis usaha dan detail kontak juga memudahkan proses komunikasi antara UMKM dan pelanggan.

Strategi pembuatan titik koordinat di Google Maps memberikan keuntungan besar bagi UMKM yang berada di daerah dengan konektivitas internet terbatas. Mengingat banyak UMKM di Desa Menjer yang tidak memiliki toko fisik di pusat keramaian, penggunaan Google Maps menjadi alat yang efektif untuk membantu konsumen menemukan mereka. Platform digital seperti Google Maps memberi kemudahan akses tanpa membutuhkan keterampilan teknis yang mendalam dari para pemilik UMKM. Selain itu, pembagian spanduk dapat menjadi alat promosi yang sangat efektif untuk menarik perhatian orang yang berada di sekitar lokasi usaha. Spanduk dapat memberikan informasi secara langsung, tanpa bergantung pada teknologi atau akses internet. Ini menjadi sangat penting terutama bagi UMKM yang berlokasi di wilayah yang belum terlalu terjangkau oleh layanan internet atau bagi masyarakat yang lebih menyukai informasi berbasis fisik.

Dokumentasi pendataan UMKM Desa Menjer



KESIMPULAN

Program pemetaan digital UMKM Desa Menjer melalui Google Maps berhasil meningkatkan visibilitas usaha, mempermudah konsumen menemukan produk lokal, serta membuka peluang kolaborasi antar pelaku UMKM. Meskipun demikian, keterbatasan literasi digital dan akses teknologi masih menjadi tantangan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, pendampingan dan edukasi digital lanjutan sangat dibutuhkan agar UMKM dapat lebih mandiri, berdaya saing, dan berkelanjutan di era digital.

Saran

Agar program pemetaan digital UMKM Desa Menjer dapat berkelanjutan, perlu dilakukan pendampingan intensif terkait literasi digital bagi para pelaku usaha. Selain itu, dukungan pemerintah desa dan kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti lembaga pendidikan atau perusahaan teknologi, sangat penting untuk memperkuat promosi, memperluas jaringan, dan meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Fani, R., & Safira, I. (2024). Analisis dampak pengaruh keberadaan e-commerce terhadap pedagang konvensional di Situbondo. *JURNAL ECONOMINA*, 3(1). <https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1145>
- Murtiningsih, D., & Caroline, R. T. M. (2024). Digitalisasi UMKM. *Jurnal Kreativitas Pengabdian*, 7(3). <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i3.13861>
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2). <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>

- Nurfadlilah, H. I., & Karniawati, N. (2023). Strategi pemerintah daerah dalam pemberdayaan desa wisata. *Journal of Government Science (GovSci): Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(2). <https://doi.org/10.54144/govsci.v4i2.46>
- Ilyas, R. (2023). Analysis of the Influence of Digitalization on UMKM Growth (Case Study of Bangka Belitung and Yogyakarta UMKM). *International Journal of Economics, Business, and Computer Science*, 4(2). <https://doi.org/10.38142/ijesss.v4i2.462>
- Lino, M., Djani, W., & Neolaka, M. (2025). Pentingnya Data dan Informasi bagi Perencanaan Pembangunan Desa Berkelanjutan. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.54082/jamsi.1422>
- Adhitya, W. R., Teviana, T., Sienny, S., Hidayat, A., & Khaira, I. (2024). Implementasi digital marketing menggunakan platform e-commerce dan media sosial terhadap masyarakat dalam melakukan pembelian. *TIN: Terapan Informatika*, 5(1). <https://doi.org/10.47065/tin.v5i1.5293>