

PENDAMPINGAN DIGITALISASI UMKM PEMETAAN LOKASI GOOGLE MAPS DAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI MMT DI DESA BANARAN

Lulu Ayu Afriyani *¹
Yulian Dwi Nurwanti ²
Nourma Dewi ³
Anita Yahya ⁴
Ilyas Abdurrozaq ⁵
Della Safiyah ⁶
Mellnanursari ⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Universitas Islam Batik Surakarta

*e-mail : Yuliandwinurwanti98@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam menopang perekonomian masyarakat, terutama di pedesaan. Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital dan media promosi. Program Pengabdian Masyarakat (PKM) yang diselenggarakan oleh Universitas Batik Islam (UNIBA) Surakarta di Desa Banaran, Kecamatan Delanggu, Kabupaten Klaten dilaksanakan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat untuk mendampingi pelaku UMKM dalam proses digitalisasi usaha. Program ini berfokus pada dua kegiatan utama, yaitu pemetaan lokasi usaha melalui Google Maps dan pembuatan media promosi berupa MMT (spanduk). Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dengan tahapan identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM binaan berhasil menempatkan lokasi usahanya di Google Maps sehingga lebih mudah diakses oleh konsumen dan memperoleh media promosi yang sesuai dengan identitas usahanya. Program ini berkontribusi dalam meningkatkan visibilitas digital UMKM, memperkuat branding produk, dan memperluas potensi pasar. Namun, keberlanjutan program ini membutuhkan pendampingan lebih lanjut dan integrasi dengan platform digital yang lebih luas.

Kata Kunci: Desa Banaran, Pengabdian Masyarakat, Digitalisasi UMKM.

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting the community's economy, especially in rural areas. However, most MSME players still face limitations in the use of digital technology and promotional media. The Community Service Learning (CSL) programme conducted by the Islamic Batik University (UNIBA) Surakarta in Banaran Village, Delanggu Sub-district, Klaten Regency was implemented as a form of community service to assist MSME operators in the process of business digitalisation. This programme focused on two main activities, namely mapping business locations through Google Maps and creating promotional media in the form of MMT (banners). The implementation method used a participatory approach with stages of problem identification, planning, implementation, and evaluation. The results of the activity showed that the assisted MSMEs successfully placed their business locations on Google Maps so that they were more accessible to consumers and obtained promotional media that matched their business identity. This programme contributes to increasing the digital visibility of MSMEs, strengthening product branding, and expanding market potential. However, the sustainability of the programme requires further assistance and integration with broader digital platforms.

Keywords: Banaran Village, Community Service, MSME Digitalisation.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang signifikan dalam mendukung perekonomian masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai wadah pengembangan kreativitas, sarana pemberdayaan masyarakat, serta media pelestarian nilai-nilai kearifan lokal. Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya intensitas persaingan usaha, UMKM dituntut

untuk mampu beradaptasi dengan transformasi digital agar dapat mempertahankan eksistensi sekaligus mengembangkan kapasitas usahanya.

Desa Banaran, Kecamatan Delanggu, Kabupaten Klaten merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi UMKM cukup beragam. Berdasarkan hasil observasi lapangan dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Islam Batik (UNIBA) Surakarta, ditemukan beberapa unit usaha yang menjadi objek kajian, yaitu: peternakan lele konsumsi, kerajinan bebek hias, kerajinan mainan anak tradisional, produksi tempe, serta produksi keripik pangsit. Kelima jenis usaha tersebut memiliki peranan strategis dalam mendukung kebutuhan masyarakat sekaligus berpotensi menjadi sumber pertumbuhan ekonomi lokal yang berdaya saing.

Namun demikian, hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Desa Banaran masih menghadapi beberapa kendala fundamental, antara lain: keterbatasan akses terhadap media promosi, pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal, serta ketiadaan dokumentasi usaha dalam bentuk profil yang dapat digunakan untuk presentasi kepada konsumen maupun mitra bisnis potensial. Strategi promosi yang masih didominasi metode konvensional menyebabkan jangkauan pasar menjadi terbatas dan kurang kompetitif.

Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, program KKN UNIBA Surakarta memiliki tujuan dalam kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM melalui pemanfaatan teknologi, di antaranya penggunaan *Google Maps* untuk meningkatkan UMKM dalam memperluas visibilitas usahanya secara digital sehingga lebih mudah ditemukan konsumen (Aushafina & Wikartika, 2023). Pemanfaatan *Google Maps* dipandang sebagai solusi potensial untuk meningkatkan daya saing dan pemasaran UMKM, penyusunan media promosi visual (MMT). Implementasi program ini diharapkan dapat memperluas akses pasar, meningkatkan daya saing UMKM, serta memperkuat struktur ekonomi masyarakat Desa Banaran.

Dengan demikian, kegiatan pendampingan berbasis digitalisasi ini tidak hanya berfokus pada keberlanjutan usaha secara tradisional, tetapi juga mengarahkan UMKM lokal menuju ekosistem usaha modern yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan mampu bersaing dalam skala yang lebih luas, baik regional maupun nasional.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa KKN UNIBA Surakarta di Desa Banaran, Kecamatan Delanggu, Klaten menerapkan pendekatan partisipatif, yaitu melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam setiap tahapan program. Pendekatan ini terbukti efektif dalam mendorong keterlibatan masyarakat dan keberlanjutan program (Nuryana et al., 2025). Prosedur kegiatan disusun sistematis dalam empat tahapan utama: identifikasi masalah, perencanaan program, implementasi kegiatan, dan evaluasi serta tindak lanjut.

Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM. Kegiatan diawali melakukan koordinasi dengan ketua RT untuk memperoleh informasi mengenai pelaku UMKM. Pendataan ini bertujuan memperoleh jumlah pelaku UMKM secara akurat dan faktual, sekaligus menyediakan basis data yang dapat dimanfaatkan pemerintah desa dalam memetakan perkembangan sektor UMKM. Program pendataan tersebut diharapkan dapat menjadi sarana untuk mewadahi UMKM yang ada di Desa Banaran, dengan diadakannya pendataan UMKM ini dapat mengetahui para pelaku usaha yang masih menjalankan bisnisnya kemudian diberikan pendampingan. Dari hasil pendataan dengan ketua RT di Desa Banaran terdapat pelaku UMKM yaitu peternak lele, pengrajin bebek, perajin mainan tradisional anak, produsen tempe, dan produsen keripik pangsit. Tahap ini bertujuan memperoleh pemahaman menyeluruh tentang kondisi usaha, kendala utama, serta kebutuhan digital yang diperlukan. Hal ini sejalan dengan praktik dalam pengabdian masyarakat yang menggunakan survei, wawancara, dan diskusi kelompok untuk memastikan relevansi program metodologi partisipatif (Khasanah et al., 2024).

2. Perencanaan Program Kegiatan

Berdasarkan hasil identifikasi diatas, dirumuskan rancangan program kegiatan yang mencakup sebagai berikut:

- 1) Pemetaan lokasi usaha di *Google Maps*,
- 2) Pembuatan media promosi MMT/banner.

Perencanaan dilakukan secara kolaboratif bersama pelaku UMKM sehingga sesuai kebutuhan lokal dan memperkuat rasa kepemilikan (Rusli et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat oleh mahasiswa KKN ini melibatkan beberapa mitra UMKM yang menghadapi beberapa kesulitan, terutama pengelolaan media promosi yang dinilai masih belum efektif. Salah satu kegiatan dalam pengabdian ini adalah melakukan pendampingan tentang digital marketing terutama dalam memanfaatkan aplikasi *Google Maps* dan media promosi melalui MMT.

1. Pemetaan Lokasi *Google Maps*

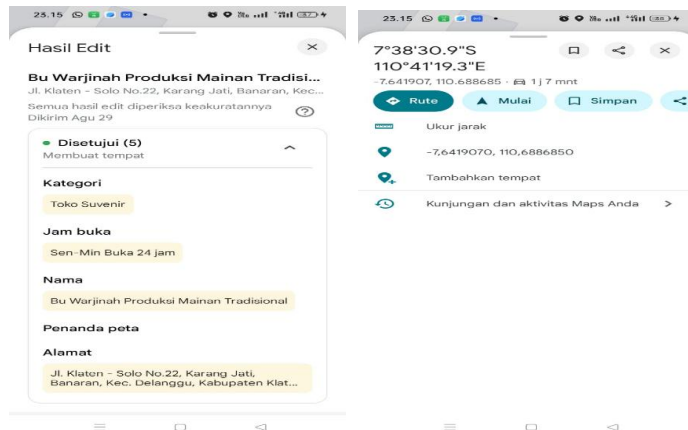
Media dan instrumen pendidikan untuk upaya ini adalah perangkat seluler yang mendukung internet seperti telepon pintar dan komputer laptop. Setiap peserta dalam permainan UMKM menerima instruksi individu dengan meminta pelatih melakukan perjalanan ke rumah mereka. Tujuannya adalah agar pelatihan dapat lebih maksimal dan lebih intensif karena dapat mengumpulkan data dan informasi secara valid, seperti nama usaha, alamat lengkap, nomor telepon, dan foto usaha.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 1. Kunjungan UMKM

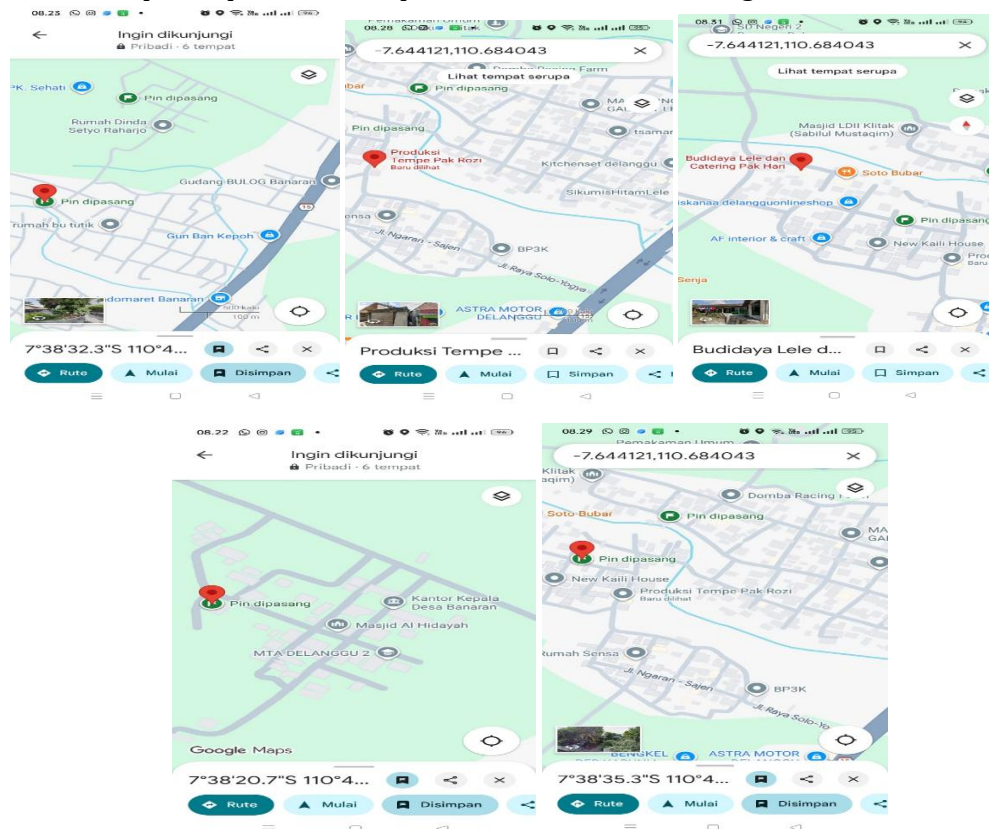
Tahap pelatihan yang pertama adalah melakukan sosialisasi mengenai pengertian digital marketing, manfaat dan tujuan digital marketing, contoh digital marketing, strategi dalam menjalankan digital marketing, dan pemanfaatan *Google Maps* untuk UMKM. Setelah tahap sosialisasi, selanjutnya adalah setting akun *Google Maps*. Dalam tahapan ini, pelaku UMKM didampingi untuk masuk ke *Google Maps* menggunakan akun *Google* yang sudah dimiliki. Jika belum memiliki akun *Google*, maka akan dibuatkan terlebih dahulu. Selanjutnya, pelaku UMKM juga didampingi untuk setting alamat guna untuk memasang pin pada lokasi usaha dan menambahkan lokasi usahanya pada tampilan *Google Maps*. Penambahan lokasi usaha dilakukan setelah pin terpasang di lokasi yang tepat, setelah itu pilih "*add a missing place*" dan selanjutnya isi data UMKM, seperti nama usaha, kategori UMKM, dan alamat lengkap UMKM.



Sumber: Dokumentasi *Google Maps*

Gambar 2. Pemasangan Pin

Pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan lokasi usahanya dalam *Google Maps* biasanya harus menunggu selama 1x24 jam untuk diverifikasi oleh *Google*. Jika sudah mendapatkan verifikasi atau perizinan dari *Google*, maka lokasi usahanya sudah tertera dalam tampilan aplikasi dan dapat dilihat oleh semua orang.



Sumber: Dokumentasi *Google Maps*

Gambar 3. Rekapan UMKM yang Sudah Memasang Pin Maps

Dengan adanya kegiatan pendampingan dan sosialisasi mengenai optimalisasi digital marketing dengan memanfaatkan aplikasi *Google Maps* diharapkan para pelaku

UMKM yang ada di Desa Banaran dapat berkembang dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Sasaran dalam kegiatan KKN Mahasiswa UNIBA Surakarta ini adalah masyarakat khususnya pelaku usaha di wilayah Desa Banaran Kabupaten Delanggu yang belum mengetahui digital marketing dan masih menjualkan produknya secara fisik atau toko.

2. Pembuatan Media Promosi MMT

Selain digital, promosi juga dilakukan melalui media cetak berupa MMT (spanduk/banner) yang dirancang sesuai kebutuhan usaha. Media ini berfungsi untuk memperkuat identitas usaha, menarik perhatian konsumen, serta meningkatkan daya ingat masyarakat terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.

Pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa UNIBA Surakarta di desa Banaran dilaksanakan sebuah program yaitu Pengembangan Branding UMKM. Dalam kegiatan ini kami bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM meningkatkan branding produk mereka dengan mendesain Mmt. Dalam desain yang kami buat tentunya meminta persetujuan dari para pelaku UMKM.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 4. Desain MMT UMKM

3. Prosedur Pendampingan Mahasiswa KKN dalam Pembuatan Media Promosi UMKM

Berikut merupakan prosedur pendampingan Mahasiswa KKN dalam Pembuatan media promosi MMT/*banner*.

1. Identifikasi Kebutuhan Promosi

- Mahasiswa melakukan observasi awal ke pelaku UMKM.
- Menggali informasi tentang produk/jasa yang ditawarkan, target konsumen, dan media promosi yang sudah dimiliki sebelumnya.
- Menentukan media promosi yang sesuai yaitu banner/MMT dan konten digital.

2. Perencanaan Desain Promosi

- Mahasiswa bersama UMKM mendiskusikan konsep promosi: warna, logo, foto produk, serta pesan utama yang ingin disampaikan.
- Menyusun rancangan awal *draft desain* sesuai dengan identitas usaha.

3. Pembuatan Draft Media Promosi

- Mahasiswa mengerjakan desain menggunakan aplikasi grafis yaitu CorelDraw dan Canva .

- Menyisipkan elemen penting seperti nama usaha, produk unggulan, alamat, kontak pelaku UMKM.
4. Finalisasi dan Produksi
 - Setelah disetujui, desain difinalisasi.
 - Mahasiswa membantu proses pencetakan dengan vendor percetakan.
 5. Pendampingan Penggunaan Media Promosi
 - Mahasiswa memberikan penjelasan kepada UMKM cara memanfaatkan media promosi, misalnya: pemasangan MMT dan mengelola konten digital secara konsisten.
 - Menyusun panduan sederhana agar UMKM dapat melanjutkan secara mandiri
 6. Evaluasi Hasil
 - Melakukan refleksi bersama pelaku UMKM terkait efektivitas media promosi.
 - Mendokumentasikan hasil untuk laporan KKN.

Penyerahan akhir dari hasil branding yang telah dicetak, hasil branding yang telah dicetak diserahkan kepada para pelaku UMKM. Penyerahan ini ditandai dengan respons positif dari para pelaku UMKM dengan desain yang dihasilkan dinilai menarik dan mampu mencerminkan kualitas serta keunikan produk mereka.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 5. Pemasangan Media Promosi MMT untuk UMKM

KESIMPULAN

Program pendampingan digitalisasi UMKM oleh mahasiswa KKN UNIBA Surakarta di Desa Banaran, Kecamatan Delanggu, Kabupaten Klaten telah berhasil membantu pelaku usaha dalam mengatasi kendala fundamental terkait promosi dan pemanfaatan teknologi digital. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini berfokus pada tiga aspek utama: pemetaan lokasi usaha melalui *Google Maps*, pembuatan media promosi visual berupa MMT/*banner*.

Implementasi program ini menunjukkan hasil positif, dimana UMKM dampingan kini memiliki visibilitas digital yang lebih luas dan media promosi fisik yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Pendampingan dalam pemetaan *Google Maps* memungkinkan lokasi usaha lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan, sementara MMT berfungsi untuk memperkuat identitas merek dan daya saing produk. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas UMKM secara langsung, tetapi juga mendorong adaptasi mereka terhadap ekosistem usaha modern yang adaptif terhadap perubahan teknologi.

Meskipun demikian, program ini memiliki beberapa keterbatasan. Ketergantungan pada metode konvensional seperti MMT, meskipun efektif, belum sepenuhnya mengintegrasikan UMKM ke dalam ekosistem digital yang lebih luas. Selain itu, pendampingan yang berfokus pada pelatihan awal memerlukan tindak lanjut agar pelaku UMKM dapat secara mandiri memutakhirkan data dan media promosi mereka di masa depan.

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan agar pengabdian serupa di masa mendatang dapat lebih optimal.

1. Pelaku UMKM disarankan untuk konsisten memperbarui informasi pada *Google Maps*, media promosi MMT agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen.
2. Untuk memastikan dampak jangka panjang, perlu ada kolaborasi yang lebih erat antara pihak universitas, pemerintah desa, dan pelaku UMKM. Disarankan agar pemerintah desa dapat melanjutkan program pendataan UMKM yang telah dimulai untuk memetakan perkembangan sektor ini secara berkelanjutan. Hal ini akan menjadi basis data yang kuat untuk menyediakan dukungan yang relevan di masa mendatang.
3. Tim pengabdian selanjutnya disarankan menambahkan inovasi lain, seperti pemanfaatan marketplace online, pembuatan katalog digital, maupun *workshop branding* produk guna meningkatkan daya saing UMKM di tingkat regional maupun nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih ini kami tujukan kepada:

1. Universitas Islam Batik Surakarta, yang telah memberikan izin dan fasilitas sehingga kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dapat terlaksana dengan baik.
2. Kepala Desa dan seluruh perangkat Desa Banaran, Kecamatan Delanggu, Kabupaten Klaten atas sambutan hangat, fasilitas, dan kerja sama yang sangat mendukung selama pelaksanaan program.
3. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Banaran, atas partisipasi aktif, keterbukaan, dan semangat yang luar biasa dalam mengikuti setiap tahapan program pendampingan. Tanpa kolaborasi dan kesediaan mereka, program ini tidak akan mencapai hasil yang diharapkan.
4. Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) ibu Yulian Dwi Nurwanti, SH, MH atas arahan, masukan, dan bimbingan yang tak henti-hentinya, yang sangat baik dalam menyukseskan program ini.

Semoga program ini dapat memberikan manfaat nyata bagi UMKM di Desa Banaran dan menjadi langkah awal menuju pengembangan ekonomi lokal yang lebih berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 477–483.
- Khasanah, U., Trisnawati, S. N. I., Isma, A., Shofia Nurun Alanur, N. M., Nainiti, N. P. P. E., Amin, L. H., Aryawati, N. P. A., Murwati, Bangu, & Maulida, C. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat : Teori Dan Implementasi*.
- Nuryana, R. S., Jatnika, D. C., & Firsanty, F. P. (2025). *Pendekatan Partisipatif Dalam Program Sosial : Tinjauan Sistematis Literatur*. 15(1), 35–47.
- Rusli, T. S., Boari, Y., & Amelia, D. (2024). *Pengantar Metodologi Pengabdian* (Issue March).