

Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM

Nadhiya Hana Aushafina^{1*}, Ira Wikartika²

^{1*,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

Email: 20012010180@student.ac.id^{1*}, irawikartika@upnjatim.ac.id²

Histori Artikel:

Dikirim 7 Mei 2023; Diterima dalam bentuk revisi 18 Juli 2023; Diterima 9 Agustus 2023; Diterbitkan 10 September 2023. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran dan jangkauan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), terutama di Desa Kebondalem, melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya platform Google Maps. UMKM memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas perekonomian dan kemampuannya bertahan di tengah wabah Corona pada awal tahun 2020 menjadi bukti nyata. Pada masa tersebut, perdagangan dan pemasaran bertransformasi secara signifikan menjadi digital dengan pemanfaatan berbagai teknologi. Namun, pelaku UMKM di Desa Kebondalem menghadapi tantangan dalam mengadopsi digital marketing. Oleh karena itu, penggunaan Google Maps menjadi solusi yang relevan. Google Maps adalah sebuah platform yang memungkinkan UMKM untuk memperlihatkan lokasi mereka secara visual pada peta. Aplikasi ini dirancang dengan antarmuka yang sederhana dan mudah digunakan, bahkan oleh individu yang bukan ahli teknologi. Melalui penggunaan Google Maps, diharapkan UMKM di Desa Kebondalem dapat memperluas cakupan pasar mereka. Masyarakat akan lebih mudah menemukan dan menghubungi UMKM yang telah terdaftar di Google Maps, memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan bertahan dalam era digital ini. Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan UMKM di tingkat lokal dan perekonomian secara keseluruhan.

Kata Kunci: Digital Marketing; UMKM; Google Maps.

Abstract

This service aims to increase the marketing and reach of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), especially in Kebondalem Village, using digital technology, especially the Google Maps platform. MSMEs have an important role in maintaining economic stability and their ability to survive amidst the Corona outbreak in early 2020 is clear proof. During this time, trade and marketing transformed significantly into digital with the use of various technologies. However, MSMEs in Kebondalem Village face challenges in adopting digital marketing. Therefore, using Google Maps is a relevant solution. Google Maps is a platform that allows MSMEs to show their location visually on a map. The app is designed with a simple interface and is easy to use, even by individuals who are not tech savvy. With Google Maps, it is hoped that MSMEs in Kebondalem Village can expand their market coverage. It will be easier for the public to find and contact MSMEs that are registered on Google Maps, providing opportunities for MSMEs to increase sales and survive in this digital era. Thus, it is hoped that this service can make a positive contribution to the development of MSMEs at the local level and the economy.

Keywords: Digital Marketing; MSMEs; Google Maps.

1. Pendahuluan

Usaha kecil, juga dikenal sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dapat dioperasikan oleh siapa saja dari satu orang hingga perusahaan besar. Dengan adanya UMKM, banyak tenaga kerja yang dapat diserap, yang pada gilirannya mengurangi kebutuhan inisiatif baru di Indonesia. UMKM tidak hanya membantu menjaga stabilitas ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja, tetapi mereka juga memainkan peran penting sebagai industri yang prospektif [1].

Salah satu peran UMKM sebagai penjaga stabilitas perekonomian negara adalah dapat bertahan di tengah wabah Corona yang terjadi di awal tahun 2020. Dalam masa itu, semua kegiatan tatap muka harus dihentikan, termasuk proses perdagangan. Karena semua kegiatan tatap muka dihentikan, para pelaku usaha harus menemukan cara baru dalam memasarkan dagangannya agar tetap mendapatkan pemasukan. Dengan adanya wabah ini memaksa seluruh pelaku usaha, baik kecil maupun besar untuk mempelajari teknologi secara lebih dalam.

Seiring berjalannya waktu, kemajuan teknologi menjadi semakin beragam. Salah satu contoh kemajuan teknologi adalah digital marketing, yang adalah proses mengiklankan bisnis atau dagangannya melalui saluran digital [2]. Digital marketing memiliki beberapa keuntungan, salah satunya adalah dapat meningkatkan efisiensi penjualan UMKM jika dibandingkan dengan penjualan secara tradisional (Rohmah, 2019 dalam Noer, 2022) [3]. Tidak dapat dipungkiri, penggunaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas, sehingga banyak pelaku usaha yang memilih untuk memasarkan produknya secara digital. Pesatnya pertumbuhan teknologi tidak hanya menjadi potensi bagi ekonomi digital nasional, namun juga menjadi tantangan dalam dunia bisnis.

Kemajuan teknologi menjadi salah satu tantangan terbesar bagi pelaku UMKM, khususnya UMKM di Desa Kebondalem yang hanya menjual produknya secara fisik atau dari toko. Sebagian besar dari mereka merasa kurang mampu untuk mempelajari teknologi, sehingga usahanya tidak bisa menjangkau pasar secara luas dan para konsumennya hanya dari warga sekitar saja. Padahal, jika mereka mampu menguasai teknologi, mereka dapat memanfaatkan digital marketing yang dapat menjangkau konsumen secara luas tanpa harus membuang banyak waktu dan tenaga.

Desa Kebondalem di Kecamatan Bareng di Kabupaten Jombang menjadi rumah bagi sejumlah usaha kecil dan menengah, antara lain Dapur Kue Bunda Sila. Bunda Sila Cake Kitchen UMKM membuat dan menjual berbagai macam cake dan kue kering. Dapur Kue Bunda Sila hanya memiliki 1 tenaga kerja atau bisa disebut usaha UMKM perseorangan.

Kerupuk Open Wahyu dan Kerupuk Open Tiga Putri merupakan UMKM yang berada di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. UMKM Kerupuk Open Wahyu ini merupakan produsen sekaligus distributor kerupuk open. Kerupuk Open Wahyu memiliki 2 tenaga kerja produsen, 1 tenaga kerja distributor, dan 1 tenaga kerja administrasi. Sedangkan, UMKM Kerupuk Open Tiga Putri memiliki 1 tenaga kerja produsen yang merangkap sebagai distributor dan 1 tenaga kerja administrasi.

Tempe "Pak Imam" merupakan salah satu UMKM yang berada di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. UMKM Tempe "Pak Imam" ini merupakan produsen sekaligus distributor tempe. Tempe "Pak Imam" hanya memiliki 1 tenaga kerja atau bisa disebut usaha UMKM perseorangan.

Jamur Gotro Pangestu merupakan salah satu UMKM yang berada di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. UMKM Jamur Gotro Pangestu ini merupakan petani jamur sekaligus distributor jamur. Jamur Gotro Pangestu memiliki 2 tenaga kerja menanam dan memanen jamur dan 1 tenaga kerja administrasi.

Saat ini, media promosi digital yang digunakan oleh UMKM di Desa Kebondalem masih relatif terbatas. Beberapa pelaku UMKM sudah memasarkan produknya di WhatsApp, sehingga mereka tidak hanya memasarkan produknya ke warga sekitar saja. Meskipun WhatsApp sudah termasuk dalam digital marketing, namun jangkauan pasarnya masih kurang luas. Agar jangkauan pasar bisa lebih luas, maka pelaku UMKM harus berani untuk mencoba masuk ke digital marketing. Digital marketing tidak hanya melalui marketplace saja, namun bisa juga memanfaatkan aplikasi Google Maps yang disediakan oleh Google.

Dimungkinkan untuk melihat lokasi di peta menggunakan Google Maps (Hardiyanto dkk., 2020 dalam Insani, 2022)[4]. Google Maps adalah program peta digital untuk kebanyakan orang saat ini karena rangkaian alatnya yang nyaman untuk menunjukkan dengan tepat lokasi yang tepat dan menyimpan rute favorit [5]. Perangkat lunak Google Maps ini dirancang agar mudah digunakan dan intuitif, sehingga menawarkan antarmuka yang bersih dan rapi (Pane dkk., 2020 dalam Insani, 2022)[4]. Dengan memasukkan informasi lokasi UMKM ke dalam Google Maps, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Masyarakat yang mencari produk atau layanan tertentu dapat dengan mudah menemukan dan mengunjungi UMKM tersebut melalui Google Maps. Hal tersebut dapat membantu UMKM untuk meningkatkan visibilitas mereka dan memperluas potensi pasarnya.

1.1. Tujuan Kegiatan

Tujuan proyek KKN ini adalah untuk membantu usaha kecil dan menengah (UKM) di Desa Kebondalem dalam memanfaatkan Google Maps sebagai salah satu pelengkap periklanan.

1.2. Manfaat Kegiatan

Manfaat dari kegiatan KKN ini adalah dapat memberikan ilmu dan pengetahuan baru bagi mitra UMKM dalam hal digital marketing terutama Google Maps. Dengan adanya pendampingan pembuatan akun Google Maps ini juga diharapkan dapat memperluas pangsa pasar sehingga dapat menaikkan penjualan UMKM.

2. Realisasi Kegiatan

2.1. Bentuk Kegiatan & Jadwal, Serta Tempat Kegiatan

a. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan KKN Desa Kebondalem dilaksanakan sebagai jawaban atas tantangan yang dihadapi usaha kecil dan menengah di daerah tersebut. Salah satu permasalahannya adalah kurangnya pemanfaatan teknologi untuk menunjang usaha mereka. Oleh karena itu, dilakukan pendampingan dan sosialisasi secara *door-to-door* tentang penggunaan teknologi atau internet khususnya aplikasi Google Maps sebagai upaya untuk meningkatkan daya jual atau pengembangan UMKM. Berdasarkan permasalahan tersebut, disusun tahapan pemecahan masalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan survei di lokasi masing-masing UMKM dengan tujuan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh setiap UMKM. Selain untuk mengetahui permasalahan, survei ini juga bertujuan sebagai pendekatan kepada UMKM yang akan didampingi.
- 2) Menetapkan konsep pendampingan yaitu secara *door-to-door*. Cara ini dipilih karena masing-masing UMKM memiliki kebutuhan dan masalah yang berbeda, sehingga pendampingan secara langsung ini diharapkan dapat membantu UMKM secara lebih dalam.
- 3) Menetapkan jumlah peserta pendampingan *door-to-door* sebanyak 5 UMKM yang didasarkan pada hasil survei yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Data Mitra UMKM Desa Kebondalem

No.	Nama Usaha	Media Promosi	Penggunaan Google Maps
1	Dapur Kue Bunda Sila	WhatsApp	-
2	Kerupuk Open Wahyu	-	-
3	Kerupuk Open Tiga Putri	-	-
4	Tempe "Pak Imam"	WhatsApp	-
5	Jamur Gotro Pangestu	WhatsApp	-

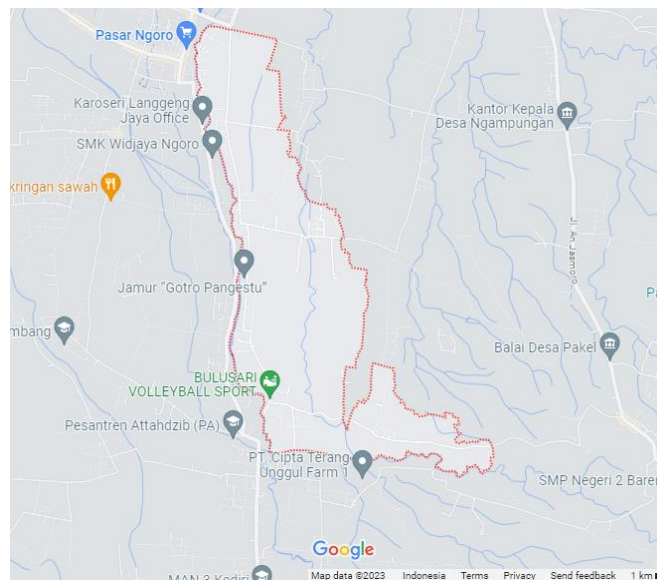
- 4) Merancang materi pendukung kegiatan mentoring untuk memastikan mereka berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diinginkan.
- 5) Memberikan materi pendampingan dan sosialisasi, yaitu meliputi:
 - a. Pengertian digital marketing
 - b. Manfaat dan tujuan digital marketing
 - c. Contoh digital marketing
 - d. Strategi dalam menjalankan digital marketing
 - e. Pemanfaatan Google Maps untuk UMKM
- 6) Membuka sesi diskusi bersama pelaku UMKM guna mengetahui apakah pelaku UMKM dapat memahami dan menerapkan digital marketing dalam usahanya.
- 7) Membantu mendaftarkan lokasi UMKM di Google Maps agar dapat diketahui oleh masyarakat luas. Langkah-langkah mendaftarkan lokasi UMKM di Google Maps adalah sebagai berikut:
 - a. Membuka aplikasi Google Maps yang sudah tersedia di perangkat smartphone atau laptop masing-masing.
 - b. Memastikan titik lokasi Google Maps sudah cocok dengan alamat UMKM.
 - c. Jika sudah sesuai, maka daftarkan UMKM dengan kategori “Produsen Makanan”.
 - d. Menambahkan foto UMKM pada lokasi Google Maps agar terlihat lebih menarik.

b. Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan KKN dilakukan selama 3 bulan, terhitung dari bulan Maret 2023 hingga Juni 2023. Namun, kegiatan pendampingan digitalisasi marketing ini dilakukan mulai 14 hingga 28 Mei 2023

c. Tempat Kegiatan

Lokasi yang digunakan untuk kegiatan KKN berada di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Lokasi ini berjarak 81 km dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.



Gambar 1. Map Lokasi Kegiatan

2.2. Hasil Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian masyarakat 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.

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.

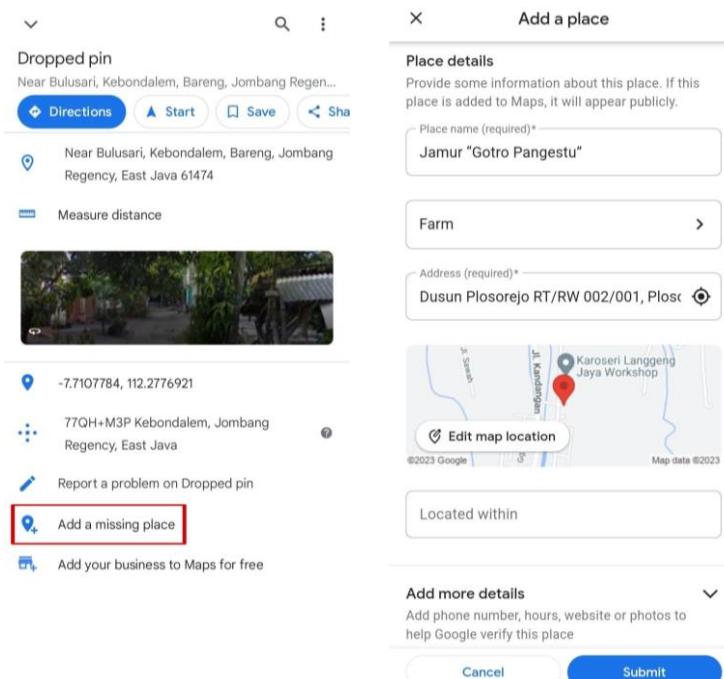


Gambar 2. Mengunjungi UMKM untuk Memberikan Sosialisasi dan Pelatihan

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.

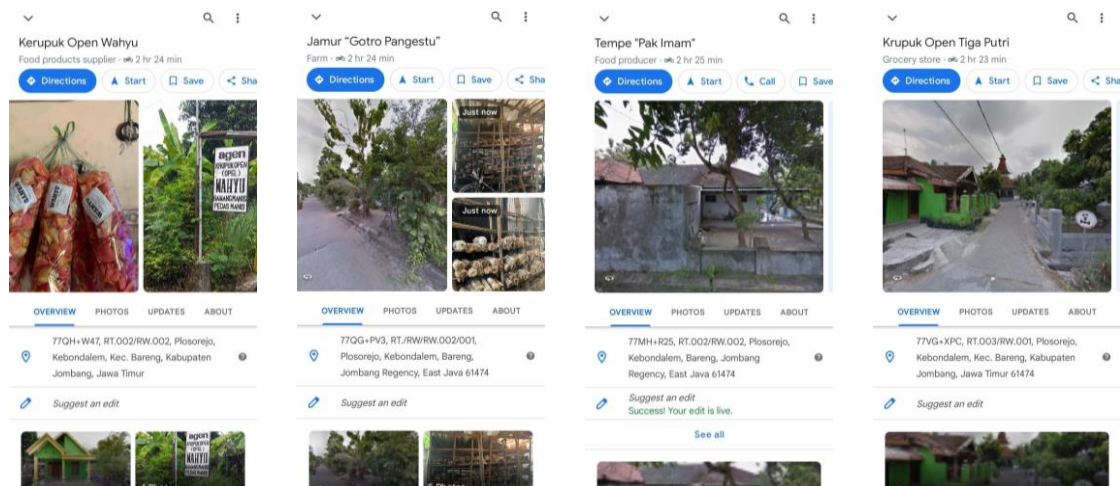


Gambar 3. Pemasangan Pin pada Lokasi UMKM



Gambar 4. Mendaftarkan Lokasi UMKM

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.



Gambar 5. Tampilan Lokasi UMKM pada Google Maps

Dengan adanya kegiatan pendampingan dan sosialisasi mengenai optimalisasi digital marketing dengan memanfaatkan aplikasi Google Maps diharapkan para pelaku UMKM yang ada di Desa Kebondalem dapat berkembang dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

2.3. Masyarakat Sasaran

Sasaran dalam kegiatan KKN UPN Veteran Jawa Timur ini adalah masyarakat khususnya pelaku usaha di wilayah Desa Kebondalem yang belum mengetahui digital marketing dan masih menjualkan produknya secara fisik atau toko.

3. Tinjauan Hasil yang dicapai

Analisis sebelumnya mengarah pada kesimpulan berikut: UMKM memiliki peran signifikan dalam menurunkan tingkat pengangguran dan menjaga stabilitas ekonomi. Selama wabah COVID-19 pada awal tahun 2020, UMKM dapat bertahan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, khususnya melalui digital marketing. Digital marketing memberikan keuntungan efisiensi penjualan bagi UMKM dibandingkan dengan metode tradisional. UMKM dapat memanfaatkan pesatnya pertumbuhan teknologi dan internet untuk menjangkau pasar secara luas. Namun, kemajuan teknologi juga menjadi tantangan bagi UMKM, terutama bagi mereka yang belum memahami atau mampu mempelajari teknologi dengan baik.

Di Desa Kebondalem, UMKM yang hanya menjual produk secara fisik atau dari toko menghadapi kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Sebagian besar pelaku UMKM di desa tersebut merasa kurang mampu untuk mempelajari teknologi, sehingga jangkauan pasar mereka terbatas. Namun, beberapa pelaku UMKM sudah menggunakan WhatsApp sebagai media promosi digital. Meskipun demikian, WhatsApp masih memiliki keterbatasan dalam jangkauan pasar. Untuk memperluas jangkauan pasar, UMKM di Desa Kebondalem perlu mempertimbangkan penggunaan digital marketing secara lebih luas. Salah satu pilihan yang dapat digunakan adalah memanfaatkan aplikasi Google Maps. Dengan memasukkan informasi lokasi UMKM ke dalam Google Maps, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan memperluas potensi pasar.

4. Daftar Pustaka

- [1] Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84.
- [2] Riwoe, F. L. R., & Mulyana, M. (2022). Pendampingan Penggunaan Social Media Marketing Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(1), 25-32. DOI: <https://doi.org/10.37641/jadkes.v3i1.1389>.
- [3] Ambarwari, A., Widyawati, D. K., & Yuniarti, E. (2022). Pendampingan Digital Marketing pada Pelaku UMKM dalam Upaya Peningkatan Efisiensi Penjualan di Era Transisi Menuju Endemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Nasional*, 3(2), 109-117.
- [4] Insani, S. F., Syahril, Y., & Putra, A. P. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari. *Warta LPM*, 44-56. DOI: <https://doi.org/10.23917/warta.v25i1.596>.
- [5] Google. (2021). Memulai Google Maps. Diakses melalui <https://support.google.com/maps/answer/144349?hl=en&co=GENIE.Platform%3DAndroid> pada 2 Juli 2023.