



Pendampingan Branding dan Digitalisasi UMKM Desa Kelutan, Dusun Sekaran dalam Program KKN

Karina Widya Andari*¹, Maris Wahidatul 'Ailah², Nova Fitria Azizah³, Ulfa Wachidatun Nisa⁴, Arina Nur Azizah⁵, Bintan Alfiatus Salma⁶, Ni'matus Sholichah⁷
1,2,3,4,5,6,7 Sekolah Tinggi Agama Islam KH. Zainuddin Ponpes Mojosari Nganjuk

karinawidyaandari@gmail.com¹, lla.hamid25@gmail.com², novanafis15@gmail.com³,
ulfawachidatunnisa@gmail.com⁴, arinaaja288@gmail.com⁵, bintanalfiatussalma@gmail.com⁶,
nimatussholichah684@gmail.com⁷

ABSTRACT

©2026 The Author(s): This is an open-access article distributed.

The community service program carried out by the KKN 02 Group in Kelutan Village, Sekaran Hamlet aims to support the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) through placing banners and registering on Google Maps. This research was carried out by visiting local MSME owners and conducting interviews, including with Chicken Farm Owners, Village Heads, Fishing Pond Managers, Chicken Farms, Ornamental Fish and Gourami, Jasmine Plantations, and Catfish Farms. Installing banners functions as a location marker to increase the visibility of MSMEs, so that they can more easily attract the attention of potential customers. By utilizing digital technology, it is hoped that MSMEs can expand their market area and increase the competitiveness of the products they offer. Through this program, KKN students act as facilitators who support increasing the competitiveness of MSMEs in villages, strengthen product promotion, and help business actors adapt to technological advances. Therefore, it is hoped that this activity can have a positive effect on local economic growth.

Keywords :

MSMEs, Digital Marketing, Benner

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Kelompok KKN 02 di Desa Kelutan, Dusun Sekaran bertujuan untuk mendukung pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pemasangan spanduk dan pendaftaran pada Google Maps. Pengabdian ini dilakukan dengan cara mengunjungi lokasi UMKM lokal dan melakukan wawancara dengan pemilik dan pengelola UMKM setempat seperti pemilik peternakan ayam, pengelola kolam pemancingan, peternakan ayam, ikan hias dan gurame, perkebunan melati, serta peternakan lele. Pemasangan spanduk berfungsi sebagai penanda lokasi untuk meningkatkan visibilitas UMKM, sehingga lebih mudah untuk menarik perhatian calon pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, diharapkan UMKM dapat memperluas area pasar dan meningkatkan daya saing produk yang mereka tawarkan. Melalui program ini, mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator yang mendukung peningkatan daya saing UMKM di desa, memperkuat promosi produk tersebut, serta membantu pelaku usaha beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, aktivitas ini diharapkan bisa memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi setempat.

Kata kunci:

UMKM, Pemasaran Digital, Benner

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran dan posisi yang strategis dalam perekonomian di Indonesia. UMKM berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan menggerakkan roda perekonomian Indonesia serta mendistribusikan hasil-hasil pembangunan ekonomi.¹ UMKM dapat membantu meningkatkan perekonomian negara salah satunya dengan terciptanya lapangan pekerjaan, mengurangi kemiskinan, sehingga dapat meningkatkan ekonomi negara dalam bentuk lokal maupun nasional.² UMKM dianggap berpotensi besar dalam membantu pemulihan ekonomi negara setelah krisis moneter.³

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada ekonomi kreatif. UMKM juga salah satu pendorong proses peningkatan ekonomi Indonesia beberapa belakangan ini sejalan dengan sosialisasi hukum yang dilakukan otonomi daerah, semua pemerintah daerah bersaing menggali potensi daerahnya yang berarti mendukung pendapatan asli daerah.⁴ Kelompok usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah kelompok yang paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam krisis ekonomi, terutama di Indonesia. UMKM juga berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan, menciptakan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁵

Digital marketing merupakan pemasaran digital yang dilakukan dengan cara promosi melalui media digital secara online Digital marketing, mencakup pemasaran interaktif dan terpadu, membantu produsen, perantara pasar, dan calon konsumen berinteraksi satu sama lain. Dengan digital marketing, pengusaha dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan calon konsumen dengan lebih mudah⁶. Digital marketing dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi berupa internet untuk memasarkan dan menjual produk. Hal tersebut dapat dilakukan melalui sosial media (Facebook, Instagram, Tiktok), *website, land page, blog, maketpalce* dan *whatsapp*.

Di era digital saat ini, keberadaan teknologi informasi dan media digital menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar. Google Maps merupakan layanan internet yang paling banyak digunakan saat ini. Google Map adalah layanan informasi berbentuk peta yang dikembangkan oleh Google yang menawarkan informasi dalam bentuk peta jalan visual dengan foto terbaru. Pengguna dapat mengakses peta Google online di www.maps.google.com. Tampilan

¹ T. Sudrartono et al., *Kewirausahaan UMKM di Era Digital* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 20.

² Nadhiya Hana Aushafina and Ira Wikartika, "Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM," *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia* 4, no. 3 (2023): 477–483, <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>

³ Intan Erlinda Rohim, Ervina Lailatus Sholihah, Fitrah Ramadhani Firmansyah, and Firra Andriani, "Digitalisasi UMKM Melalui Pelatihan Google Maps dan Pemasaran Online," *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu* 5, no. 2 (2022): 14–29.

⁴ Nispi Yani, Sri Harini, Hendra Saputra, Ara Hodailma, and Kartina Fitria Ningsih, "Optimalisasi Digital Marketing pada UMKM Peci Assagofah di Desa Banjarwangi Kabupaten Bogor," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2, no. 1 (2023): 30–35, <https://doi.org/10.55606/jpmi.v2i1.1065>

⁵ Ferry Rahmat Astianta Bukit, Gea Geby A.S., Irvan, and Fahmi, "Pembuatan Website Katalog Produk UMKM untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner," *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)* 3, no. 2 (2019): 229–236.

⁶ Juni Anggriany, Isnaini Harahap, and Aqwa Naser Daulay, "Determinan yang Mempengaruhi Keberlanjutan Bisnis Toko Sembako di Kecamatan Medan Denai," *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia* 10, no. 2 (2024): 274–285, <https://doi.org/10.29210/1202425177>

Google Maps berbentuk gambar satelit yang dapat diperbesar, diperkecil dan digeser serta berbagai mode gambar Situs ini menawarkan layanan interaktif kepada pengguna. Salah satu keuntungan menggunakan Google Maps adalah pencarian lokasi yang lebih cepat, kemudahan penyimpanan peta, kemampuan untuk diakses kapan pun dan dimana pun, pemahaman tempat baru yang mungkin belum diketahui sebelumnya, dan pembaharuan data yang lebih cepat daripada menggunakan peta konvensional.

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kunci penting dalam meningkatkan perekonomian lokal di Indonesia, terutama di desa-desa yang masih kurang memanfaatkan teknologi digital. Kurangnya kemampuan UMKM lokal dalam memanfaatkan dan mengelola teknologi digital, seperti penggunaan Google Maps dan pemasangan banner, menjadi salah satu hambatan utama dalam meningkatkan pemasaran produk. Desa Kelutan, Dusun Sekaran Kecamatan Ngronggot, Kabupaten Nganjuk, memiliki potensi UMKM yang tidak begitu tinggi, yang perlu dioptimalkan lagi. Akibatnya, terdapat kebutuhan akan pendampingan, khususnya dalam aspek digitalisasi dan pemasaran, karena banyak pelaku usaha di wilayah ini belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital. Pelaku-pelaku usaha tersebut masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti promosi melalui mulut ke mulut atau hanya mengandalkan pasar lokal yang terbatas. Meskipun memiliki produk berkualitas dan potensi pasar yang cukup besar, banyak diantara mereka yang kesulitan menjangkau konsumen di luar wilayah mereka atau memperkenalkan produk mereka secara lebih luas. Itu disebabkan karena mereka masih kurang dalam memanfaatkan teknologi digital yang memiliki peluang lebih besar, serta keterbatasan mereka dalam akses informasi tentang cara memasarkan produk secara online.

Salah satu inovasi yang dapat meningkatkan pemasaran produk adalah dengan melakukan pendampingan terkait penggunaan platform Google Maps dan pemasangan banner. Google Maps adalah alat yang memudahkan pencarian lokasi bisnis di dunia maya yang memberikan keuntungan besar bagi UMKM dalam memperkenalkan usaha mereka kepada konsumen yang lebih luas, baik lokal maupun luar daerah. Dengan menandai lokasi usaha di Google Maps, konsumen dapat dengan mudah menemukan usaha tersebut, mengetahui informasi penting dan bahkan memberikan ulasan yang dapat meningkatkan kredibilitas dan daya tarik bisnis tersebut. Selain itu, pemasangan banner digital di platform-platform lokal maupun media sosial dapat memberikan promosi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen potensial, dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional.

Untuk memajukan UMKM di Desa Kelutan, Dusun Sekaran Kelompok KKN 02 melaksanakan pendampingan guna mengembangkan dan memberdayakan pelaku UMKM. Di Desa Kelutan, Dusun Sekaran ada beberapa UMKM yang kami kunjungi, seperti peternakan ayam Ibu Kepala Desa, pengelola kolam pemancingan, peternakan ayam, ikan hias dan gurame, perkebunan melati, serta peternakan lele. Tetapi, banyak dari UMKM tersebut belum terdata di desa. Oleh karena itu, kami kelompok KKN 02 Desa Kelutan, Dusun Sekaran melakukan kunjungan ke beberapa UMKM dan mewawancarai pemiliknya dan selanjutnya kami memutuskan untuk melakukan pendampingan pembuatan Google Maps untuk peternakan ayam Ibu Kepala Desa dan memasang banner di pemancingan ikan Ibu Antin. Kami berharap, dengan melakukan pendampingan pembuatan Google Maps dan pemasangan banner, dapat membantu

UMKM lokal dalam mengembangkan usahanya, terutama di Dusun Sekaran yang UMKM nya masih belum optimal dalam hal pemasarannya.

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan bantuan tentang pemasaran dalam jangkauan lebih luas dengan memanfaatkan teknologi digital kepada para pelaku usaha di Desa Kelutan, Dusun Sekaran terkait dengan pembuatan google Maps dan pemasangan banner. Dari program ini diharapkan para pelaku UMKM dapat memanfaatkan google maps dan benar untuk pemasaran yang lebih luas.

METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini terbagi dalam tiga tahapan, yaitu :

1. Tahap Persiapan

Sebelum memulai kegiatan pengabdian, dilakukan survey/kunjungan ke beberapa UMKM untuk mengumpulkan informasi tentang UMKM yang sedang dijalani oleh pelaku usaha tersebut. Tidak hanya satu kali, kami melakukan beberapa kunjungan ke UMKM yang berbeda beda di Desa Kelutan, Dusun Sekaran.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk penawaran pendaftaran google maps dan pemasangan banner. Kegiatan pertama dilakukan pendaftaran google maps ke UMKM peternakan ayam Ibu Kepala Desa dan pemasangan *benner* di pemancingan kolam ikan Ibu Antin pada tanggal 18 Januari 2026. Kegiatan kedua, tim pengabdian melakukan pendampingan pembuatan Google maps ke UMKM peternakan ayam, perkebunan melati, dan ikan hias Pak Basit dengan menggunakan HP. Kegiatan ketiga juga masih melakukan pendampingan pendaftaran google maps dan pemasangan *benner* pada peternakan lele milik Pak Soni, dilakukan pada tanggal 22 Januari 2026.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan oleh tim pengabdian untuk mengetahui hasil dari pemasangan *benner* dan pendaftaran google maps. Untuk melihat indikator keberhasilan berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat terhadap pemanfaatan teknologi digital kepada para pelaku usaha di Desa Kelutan, Dusun Sekaran yang dapat meningkatkan kinerja pemasaran dan daya saing produk mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN Pentingnya Digital Marketing

Era digital membawa perubahan besar dalam cara bisnis dilakukan. Teknologi dan digitalisasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan potensi UMKM, efisiensi operasional, meningkatkan akses pasar, dan memperluas jangkauan konsumen.[6] Keberadaan *digital marketing* erat kaitannya dengan *platform* atau aplikasi media digital. Tentunya hal ini untuk memudahkan pelaku UMKM dalam mempromosikan barangnya. Indonesia dengan penduduk sekitar 285 juta jiwa dikenal sebagai salah satu negara dengan penduduk yang aktif bersosial media. Hal ini merupakan modal yang cukup besar bagi pelaku UMKM dalam mempromosikan barang menggunakan media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat. Misalnya saja Facebook, Instagram, Whatsapp, Youtube, dan lain sebagainya. Belakangan kemudian muncul platform atau aplikasi ojek online sebagai wadah untuk

mempromosikan dan mendistribusikan barang ke konsumen, misalnya pasar dan pedagang besar.

Untuk mempermudah para pengemudi dan calon konsumen dalam menemukan titik lokasi UMKM, diperlukan upaya strategis yang meliputi pembuatan banner sebagai penanda fisik lokasi serta pendaftaran titik lokasi UMKM pada platform digital seperti Google Maps. Pemasangan banner yang jelas, informatif, dan mudah terlihat akan membantu menarik perhatian pengemudi maupun calon pelanggan yang melintas di sekitar area tersebut. Selain itu, pendaftaran titik lokasi di Google Maps sangat penting untuk memastikan lokasi UMKM dapat diakses dengan mudah melalui aplikasi navigasi. Dengan adanya titik lokasi yang terdaftar, pengemudi ojek online dapat menerima panduan arah yang lebih akurat, sehingga meminimalkan resiko kesalahan rute dan menghemat waktu pengantaran. Langkah-langkah ini tidak hanya meningkatkan visibilitas UMKM di mata konsumen, tetapi juga mendukung kelancaran operasional layanan pengantaran berbasis aplikasi. Secara keseluruhan, kombinasi antara penanda fisik dan kehadiran digital akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan daya saing UMKM di era digital saat ini.

Pendampingan Pemasangan Banner



(a)



(b)

Gambar 1. (a) Pemasangan Banner Pemancingan Kolam Ikan Ibu Antin;
(b) Pemasangan Banner Peternakan Lele

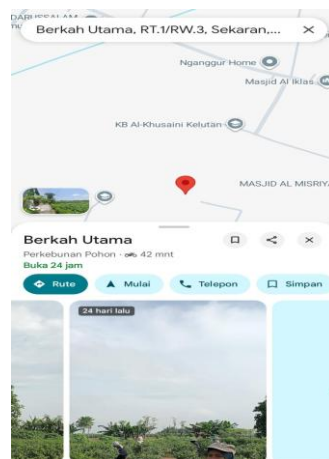
Gambar ini memperlihatkan dokumentasi setelah dilakukan pemasangan banner yang digunakan sebagai penanda lokasi UMKM. Banner ini dipasang di tempat yang strategis, seperti di depan kolam pemancingan di persimpangan jalan, atau di area yang mudah terlihat oleh pengguna jalan. Desain banner dibuat dengan ukuran yang cukup besar, menggunakan warna mencolok, dan memuat informasi yang jelas, seperti nama UMKM, jenis usaha, alamat lengkap, serta petunjuk arah sederhana jika diperlukan. Tujuan utama pemasangan banner ini adalah untuk meningkatkan visibilitas UMKM, sehingga mempermudah seorang pemancing dan konsumen ikan dalam menemukan titik lokasi dengan lebih cepat dan akurat. Selain itu, banner ini juga membantu menarik perhatian calon pelanggan yang melintas di sekitar area tersebut, sehingga berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan dan penjualan.

Pemasangan banner sebagai penanda fisik menjadi salah satu strategi efektif yang mendukung kehadiran UMKM di ruang publik, terutama bagi usaha yang belum sepenuhnya mengandalkan promosi digital. Ketika dikombinasikan dengan pendaftaran lokasi di Google Maps, upaya ini memberikan manfaat ganda, yaitu

kemudahan akses secara offline dan online. Dengan demikian, UMKM dapat memperluas jangkauan pasarnya serta meningkatkan daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Pendampingan Pembuatan Google Maps

UMKM Perkebu Melati sudah memiliki titik lokasi di Google Maps, sehingga hal ini dapat memudahkan pelanggan jika ada pelanggan yang ingin mengunjungi langsung untuk membeli atau melihat produk secara langsung. Pendaftaran titik lokasi di Google Maps bertujuan untuk meningkatkan visibilitas digital UMKM, sehingga memudahkan pelanggan dan mitra pengemudi ojek online seperti Gojek dan Grab dalam menemukan lokasi dengan akurasi tinggi. Fitur navigasi yang tersedia di Google Maps memungkinkan pengguna mendapatkan petunjuk arah yang tepat, mengurangi resiko tersesat dan mempercepat waktu tempuh.



Gambar 2. Titik Lokasi UMKM Perkebunan Melati

Selain mempermudah akses, kehadiran UMKM di Google Maps juga meningkatkan kredibilitas usaha karena pelanggan dapat melihat ulasan, rating, dan testimoni dari pengunjung lain. Hal ini berperan penting dalam membangun kepercayaan dan menarik lebih banyak pelanggan baru. Secara keseluruhan, pendaftaran lokasi di Google Maps menjadi bagian dari strategi transformasi digital UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di era teknologi saat ini.

KESIMPULAN

Pendampingan digitalisasi UMKM melalui pembuatan Google Maps dan pemasangan banner di Desa Kelutan, Dusun Sekaran Kecamatan Ngronggot, Kabupaten Nganjuk, menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM di era modern. UMKM sebagai salah satu pilar utama ekonomi lokal di desa ini masih menghadapi berbagai kendala dalam pemasaran, terutama karena keterbatasan pemanfaatan teknologi digital. Banyak pelaku usaha yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional seperti promosi dari mulut ke mulut dan mengandalkan pelanggan tetap di wilayah sekitar. Pada tahap pelaksanaan, dilakukan dua intervensi utama, yaitu pemasangan banner dan pembuatan titik lokasi UMKM di Google Maps.

Pemasangan banner dilakukan di beberapa lokasi strategis, seperti peternakan lele dan kolam pemancingan ikan, untuk meningkatkan daya tarik visual dan memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi usaha secara langsung. Desain banner dibuat dengan mempertimbangkan elemen visual yang menarik dan informatif, mencantumkan informasi penting seperti nama UMKM, jenis usaha, alamat lengkap, dan petunjuk arah sederhana jika diperlukan. Pemasangan banner ini tidak hanya berfungsi sebagai penanda fisik tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang efektif dalam menarik perhatian calon pelanggan.

Kehadiran UMKM di Google Maps juga meningkatkan kredibilitas bisnis, karena pelanggan dapat melihat rating dan ulasan dari pengguna lain, yang pada akhirnya dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh UMKM. Secara keseluruhan, program pendampingan digitalisasi UMKM ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, khususnya Google Maps dan pemasangan banner, dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan pemasaran lokal.

SARAN

Pada kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara luas. Tidak hanya terbatas pada penggunaan Google Maps dan pemasangan banner, tetapi juga mencakup strategi pemasaran digital yang lebih komprehensif, seperti pemanfaatan media sosial, marketplace, dan website untuk memperluas jangkauan bisnis mereka. Selain itu, pelaku UMKM perlu diberikan pelatihan khusus dalam mengelola dan memperbarui informasi bisnis mereka di Google Maps. Tujuannya agar profil bisnis mereka tetap relevan, informatif, dan menarik bagi pelanggan. Dengan demikian, bisnis yang dijalankan dapat lebih dikenal dan memiliki daya saing yang lebih baik di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tim Pelaksana KKN STAI KH Zainuddin yang telah memberi penempatan strategis pada pengabdian ini dan dukungan baik untuk setiap program yang kami lakukan. Terima kasih kepada pelaku UMKM Desa Kelutan, Dusun Sekaran Kecamatan Kabupaten Nganjuk dan warga Dusun Sekaran yang membantu berjalannya kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriany, Juni, Isnaini Harahap, and Aqwa Naser Daulay. "Determinan yang Mempengaruhi Keberlanjutan Bisnis Toko Sembako di Kecamatan Medan Denai." *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia* 10, no. 2 (2024): 274–285. <https://doi.org/10.29210/1202425177>
- Aushafina, Nadhiya Hana, and Ira Wikartika. "Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM." *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia* 4, no. 3 (2023): 477–483. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>
- Bukit, Ferry Rahmat Astianta, Gea Geby A.S., Irvan, and Fahmi. "Pembuatan Website Katalog Produk UMKM untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi

Produk Kuliner." *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)* 3, no. 2 (2019): 229–236.

Rohim, Intan Erlinda, Ervina Lailatus Sholihah, Fitrah Ramadhani Firmansyah, and Firra Andriani. "Digitalisasi UMKM Melalui Pelatihan Google Maps dan Pemasaran Online." *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu* 5, no. 2 (2022): 14–29.

Sudrartono, T., et al. *Kewirausahaan UMKM di Era Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.

Yani, Nispi, Sri Harini, Hendra Saputra, Ara Hodailma, and Kartina Fitria Ningsih. "Optimalisasi Digital Marketing pada UMKM Peci Assagofah di Desa Banjarwangi Kabupaten Bogor." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2, no. 1 (2023): 30–35. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v2i1.1065>