

## PEMANFAATAN GOOGLE-MAPS SEBAGAI BENTUK DIGITALISASI PEMASARAN PRODUK UMKM DI DESA BUNDER

Fujiono<sup>1</sup>, Fairus Zabadi<sup>2</sup>, Citra Siwi Hanayanti<sup>3</sup>, Reny Rosalina Rahmawati<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Madura, <sup>4</sup>RSUD dr. H. Slamet Martodirdjo

fujiono@unira.ac.id<sup>1</sup>, fairus@unira.ac.id<sup>2</sup>, hanayanti@unira.ac.id<sup>3</sup>, renyrosalina07@gmail.com<sup>4</sup>

### ABSTRAK

Tujuan pengabdian ini untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM didalam memanfaatkan Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran produk-produk UMKM di Desa Bunder. Melalui pengabdian ini, para pelaku UMKM telah memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh Google Maps, seperti penanda lokasi, ulasan pelanggan, dan informasi kontak. Selain itu, para pelaku UMKM dapat membuat profil bisnis mereka yang informatif dan menarik bagi calon konsumen. Penggunaan Google Maps juga memberikan keuntungan bagi para konsumen, mereka dapat menemukan produk atau jasa yang dibutuhkan dengan bantuan peta interaktif, serta melihat ulasan dan rekomendasi dari pengguna lain. Adanya pengabdian ini juga telah membantu para pelaku UMKM melek digital. Kegiatan pendampingan atau pelatihan pembuatan Google Maps yang diadakan oleh tim pelaksana pengabdian dengan mengikutsertakan pelaku usaha dan remaja desa bunder telah menumbuhkan jiwa digital entrepreneur mereka ditengah-tengah kemajuan teknologi saat ini. Dengan adanya pelatihan tersebut, para pelaku UMKM dan remaja desa menyadari pentingnya Google Maps sebagai wadah jual beli didalam mempromosikan produk UMKM mereka sehingga mudah dijangkau dan diminati oleh masyarakat luas.

**Kata kunci:** Google Maps, Digitalisasi, UMKM.

### PENDAHULUAN

Desa Bunder merupakan desa yang paling terkecil di Kecamatan Pademawu. Kebanyakan pekerjaan penduduk disana adalah petani dan sebagian pegawai negeri. Para petani telah memanfaatkan hasil pertaniannya sebagai salah satu produk UMKM. Rohim dkk. (2022) mengatakan bahwa kebanyakan UMKM berasal dari sektor pertanian yang telah menopang pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

UMKM telah menjadi salah satu bisnis rumahan yang banyak dipraktekkan oleh masyarakat petani, hal ini dapat dibuktikan bahwa eksistensi UMKM di Indonesia terus meningkat (Sukmawan dkk., 2021). Disamping itu, UMKM juga memiliki peranan penting dalam menjaga pertumbuhan ekonomi di Indonesia sebagaimana yang disampaikan oleh Aushafina & Wikartika (2023) bahwa salah satu peran UMKM dapat menjaga keseimbangan ekonomi Negara meskipun Covid-19 pernah melanda Indonesia di awal Tahun 2020. Pada saat itu, seluruh kegiatan dari berbagai sektor ditutup, terutama dalam sektor perekonomian. Atas dasar itu, para pelaku UMKM dituntut untuk mempelajari teknologi sebagai sarana pemasaran produk-produk secara

online sehingga mereka tetap mendapatkan pemasukan di saat terjadinya *Physical distancing* maupun pasca Covid-19.

Yuniarti dkk. (2022) mengatakan bahwa pemanfaatan *social media* dapat memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan produk yang dijual secara online. Rindiyani dkk. (2023) mengatakan bahwa produk UMKM bisa dipasarkan melalui promosi manual dan promosi online. Adapun promosi manual bisa melalui penyebaran pamflet atau brosur bahkan komunikasi secara langsung, sedangkan promosi online yaitu dengan bantuan media sosial seperti *instagram*, *whatsApp*, *facebook*, dan lain-lain.

Saat ini, para pelaku bisnis telah memanfaatkan teknologi sebagai salah satu sarana jualan produk. Perubahan cara mereka berwirausaha telah diarahkan kedalam teknologi digital sehingga menjadi mudah bagi mereka untuk mengenalkan produk-produk usahanya ke berbagai wilayah bahkan ke dunia Internasional. Mungkin bagi pelaku bisnis besar menganggap bahwa pemanfaatan teknologi dalam dunia usaha dianggap cukup mudah, tetapi bagi para pelaku UMKM di Desa Bunder perlu banyak belajar

bagaimana mendapatkan peluang besar dalam pemanfaatan teknologi digital.

Penggunaan teknologi digital telah membawa dampak perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor bisnis. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu pilar ekonomi di berbagai Negara juga tidak luput dari dampak positif teknologi. Salah satu alat digital yang menjadi andalan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran produk UMKM adalah Google Maps.

Google Maps merupakan sebuah aplikasi layanan pemetaan yang dikembangkan oleh Google, telah menjadi salah satu alat yang paling populer dan mudah digunakan dalam menjelajahi dan menemukan lokasi-lokasi fisik, serta dalam merencanakan perjalanan. Namun, potensi Google Maps dalam mendukung pemasaran produk UMKM belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal.

Pelaku UMKM dapat memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh Google Maps seperti penanda lokasi, ulasan pelanggan, dan informasi kontak. Selain itu, para pelaku UMKM dapat membuat profil bisnis mereka yang informatif dan menarik bagi calon konsumen. Selain memberikan manfaat kepada pelaku UMKM, penggunaan Google Maps juga memberikan keuntungan bagi konsumen. Mereka dapat menemukan produk atau jasa yang mereka butuhkan dengan bantuan peta interaktif, serta melihat ulasan dan rekomendasi dari pengguna lain.

Salah satu tantangan dalam pemanfaatan Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran produk UMKM di Desa Bunder adalah minimnya kemampuan dan pengetahuan para pelaku UMKM. Hal ini dapat dibuktikan bahwa masih banyak diantara mereka yang belum paham bagaimana cara memberikan informasi luas terkait lokasi jualannya, juga minimnya cara membuat sebuah aplikasi Google Maps. Oleh sebab itu, pentingnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ditekankan pada kompetensi, skill, dan pendampingan terkait pemanfaatan Google Maps supaya mereka dapat mengenalkan produk-produknya secara luas dan cepat sehingga mampu bersaing baik di tingkat Regional, Nasional, lebih-lebih di tingkat

Internasional. Selain itu, adanya Pengabdian ini juga diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM melekat digital.

Adapun masyarakat yang hadir dalam acara pemanfaatan Google Maps telah menunjukkan antusias dalam mewujudkan digitalisasi pemasaran produk-produk UMKM Desa Bunder. Pelatihan Google Maps ini juga dihadiri oleh para remaja Desa Bunder yang memiliki minat siap terjun ke dunia usaha.

Kegiatan pendampingan Google Maps yang telah diadakan oleh tim pengabdian dengan mengikutsertakan pelaku UMKM dan remaja desa diharapkan dapat menumbuhkan jiwa digital entrepreneur mereka ditengah-tengah kemajuan teknologi saat ini.

## METODE

Adapun metode yang digunakan oleh tim pengabdian dalam pelatihan pemanfaatan Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran produk UMKM di Desa Bunder yaitu melalui tahap survey lokasi, wawancara, menyusun rencana kegiatan, pelaksanaan pelatihan, hingga pada tahap evaluasi baik terhadap kegiatan pelatihan pemanfaatan google maps maupun pada pendampingan terhadap pelaku UMKM di Desa Bunder.

Adapun tahapan pengabdian sebagai berikut:

### 1) Survey lokasi

Survey lokasi dilakukan dengan mendatangi lokasi pelaku UMKM di Desa Bunder-Pademawu-Pamekasan guna mengetahui keadaan usaha mereka. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan sumber informasi nyata di lapangan.

### 2) Wawancara

Tujuan wawancara adalah untuk memahami persoalan yang dihadapi oleh pelaku UMKM mulai dari proses menciptakan produk hingga proses penjualannya.

### 3) Penyusunan rencana kegiatan

Tim pengabdian menyusun rencana kegiatan mulai dari materi pelatihan, waktu dan lokasi pelatihan, serta pemilik UMKM yang akan diundang. Peserta tidak harus dari pelaku UMKM tetapi masyarakat remaja yang nganggur namun punya keinginan untuk terjun ke dunia entrepreneurship perlu juga diundang.

#### 4) Pelaksanaan pelatihan

Pada kegiatan ini, para peserta yang hadir diwajibkan membawa laptop atau hp sebagai sarana dalam pelatihan.

#### 5) Pelaksanakan evaluasi

Evaluasi perlu dilakukan oleh tim pengabdian terhadap materi Google Maps yang disampaikan, selain itu pendampingan pada pelaku UMKM yang sedang mempraktekkan cara pembuatan Google Maps hingga proses upload produk-produk perlu juga dilakukan sebuah evaluasi.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Survey diadakan pada tanggal 18 September 2023 di Desa Bunder guna untuk mengetahui situasi dan kondisi UMKM. Dari hasil survey ditemukan bahwa ada tiga pelaku UMKM yang dianggap cukup besar seperti UMKM kripik pisang dan talas, kripik sukun, dan jamur tiram. Namun, penjualan yang dilakukan masih menggunakan sistem manual, hal ini dikarenakan mereka masih kurang mengikuti perkembangan teknologi.



Gambar 1. Survey lokasi

Pada saat diadakan wawancara, kebanyakan mereka menganggap bahwa pekerjaan menjadi pelaku UMKM merupakan pekerjaan utama mereka, terkadang ramai dan terkadang juga sepi pelanggan, terutama disaat terjadi pandemi. Atas kejadian ini, para pelaku UMKM menginginkan hasil produk jualannya bisa dikenal dan diminati oleh masyarakat luar.

Berdasarkan persoalan tersebut, tim pengabdian bersama mahasiswa KKN Universitas Madura mulai menyusun jadwal dan strategi dengan mengadakan pelatihan tentang

cara pembuatan aplikasi Google Maps supaya dapat membantu memudahkan para pelaku UMKM mempromosikan produknya tidak hanya di tingkat regional, bahkan juga bisa bersaing di tingkat Nasional hingga Internasional.

Pada tahap pelaksanaan pelatihan tanggal 25 September 2023, pemateri menjelaskan pentingnya UMKM ditengah-tengah kemajuan teknologi saat ini, sehingga mereka diajarkan bagaimana cara mempromosikan bisnis atau usaha mereka melalui jalur Google Maps.

Pemateri juga menjelaskan pengertian digitalisasi pemasaran produk, manfaat dan tujuan digitalisasi pemasaran produk, strategi dalam menjalankan UMKM melalui digital, dan pemanfaatan Google Maps sebagai wadah pemasaran produk UMKM.

Pada sesi ini, peserta UMKM diminta oleh pemateri untuk masuk ke Google Maps dengan memakai akun google yang sudah dimiliki, jika memakai HP pilih menu kontribusi, jika memanfaatkan laptop/PC pilih garis tiga di bagian pojok kiri atas, pencet bagian tambah tempat (input nama lokasi, kordinat, dan detail lainnya), lalu pilih pencet selesai, kemudian diminta menunggu konfirmasi dari Google Maps selama tiga hari bahkan sampai tujuh hari, setelah peserta mendapatkan notifikasi dari Google Maps, maka peserta atau pelaku UMKM bisa mengupload produk-produknya melalui Google Maps tersebut.



Gambar 2. Pemateri menjelaskan pembuatan Google Maps

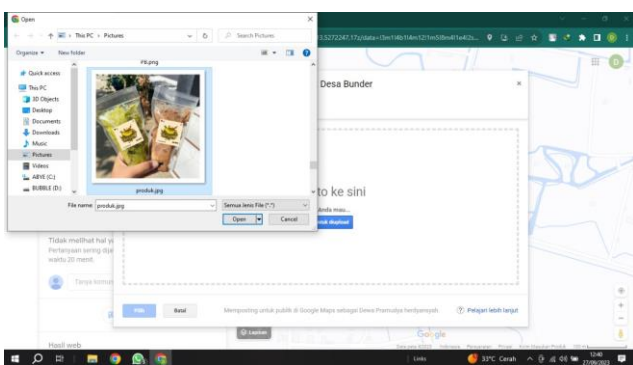
Para peserta sangat antusias mengikuti pelatihan tersebut, mereka menunjukkan semangat kerja tim disaat membuat dan mengupload produk UMKM mereka melalui Google Maps. Berikut hasil tampilan Google Maps yang dibuat oleh peserta UMKM:



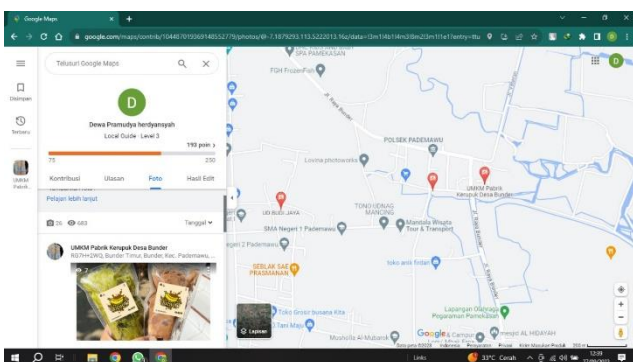
Gambar 3. Pembuatan Google Maps oleh peserta pelatihan



Gambar 6. Keterlibatan pelaku UMKM dan remaja desa dalam pelatihan pembuatan Google Maps



Gambar 4. Penarikan gambar produk UMKM pada halaman Google Maps



Gambar 5. Tampilan produk UMKM pada halaman Google Maps.

Hasil evaluasi pada pelatihan tersebut menunjukkan adanya antusiasme para pelaku UMKM yang telah memanfaatkan Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran produk mereka. Disamping itu juga, produk jualan mereka dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Dengan adanya sosialisasi pemanfaatan Google Maps diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan teknologi digital serta penghasilan para pelaku UMKM di Desa Bunder.

## KESIMPULAN

Pemilik UMKM dan remaja desa bunder yang menghadiri pelatihan tersebut telah menunjukkan semangat kerja tim dan pengetahuan tentang pemanfaatan Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran produk UMKM.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan apresiasi kepada pihak LPPM Universitas Madura, Kepala Desa Bunder dan aparat desa serta masyarakat Desa Bunder yang telah menyediakan tempat, apresiasi juga diberikan kepada Mahasiswa KKN Universitas Madura yang telah berpartisipasi aktif melaksanakan pelatihan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan digitalisasi marketing Desa Kebondalem melalui aplikasi google maps: Upaya meningkatkan pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 477-483. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>
- Rohim, Erlinda, I., Sholihah, E. L., Firmansyah, F. R., & Andriani, F. (2022). Digitalisasi UMKM melalui pelatihan google maps dan pemasaran online. *Majalah Ilmiah: Pelita Ilmu*, 5(2), 14-29. <https://doi.org/10.37849/mipi.v5i2.314>
- Rindiyan, Nuzuli, A. K., & Oktaviana, W. (2023). Penggunaan aplikasi google maps sebagai media promosi UMKM di Nagari Batang Arah Tapan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan*

*Riset Pendidikan*, 2(1), 246-250.  
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.155>

Sukmawan, V. P., Ningsih, S. W., & Sonya, E. R. (2021). *Digitalisasi lokasi UMKM warga RW 05 Pasir Biru*. Paper disajikan di UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 01 Desember (hal. 57-67).  
<https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/239>

Yuniarti, T., Rizal, M. A., Bani, F. C. D., & Faujiyah, F. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan produk Usaha Mikro

Kecil Menengah (UMKM) di wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra: Pusat Akses Kajian Mengabdi terhadap Masyarakat*, 2(2), 121-126.

<https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i2.202>