



PENDAYAGUNAAN DIGITAL BRANDING DENGAN GOOGLE MAPS PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI DESA JAPANAN

THE USE OF DIGITAL BRANDING WITH GOOGLE MAPS FOR SMALL BUSINESSES IN JAPANAN VILLAGE

Mayla Fayyza Adzani¹, Nabilah Daffa Puspahita², Vanny Rahma Yulianti³, Fahri Cahya Ramadhan⁴, Fabian Crisandy Edlin Djaelani⁵, Ramadhani Mahendra Kusuma^{6*}

^{1*2,3,4,5,6} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

¹21031010048@upnjatim.ac.id, ²21043010125@upnjatim.ac.id, ³21042010263@upnjatim.ac.id,

⁴21051010014@upnjatim.ac.id, ⁵21011010100@upnjatim.ac.id,

^{6*}ramadhani_mahendra.agro@upnjatim.ac.id

Article History:

Received: June 14th, 2024

Revised: August 10th, 2024

Published: August 15th, 2024

Abstract : *UMKM are one type of micro business that plays an important role in economic development in an area. Digital marketing is an online promotion that involves integrated and interactive marketing, allowing producers, market intermediaries, and potential consumers to interact with each other. The application of the Google Maps as one of the digital media in UMKM in Japanan Village, Jombang District will provide its own benefits in business operations. The purpose of this socialization activity is to increase the use of the Google Maps application as a digital branding media solution to increase interaction with consumers. The implementation methods used were observation, socialization, and mentoring. The focus of the activity is to facilitate UMKM players to adopt digital technology in their marketing strategies. By understanding and utilizing digital technology, UMKM are expected to be more easily reached by consumers, increase sales, and compete more effectively in a wider market.*

Keywords: *Demonstration, Digital Location, Marketing, Observation, Socialisation*

Abstrak

UMKM merupakan salah satu jenis usaha mikro yang berperan dengan cukup penting dalam pengembangan perekonomian di suatu daerah. Pemasaran digital adalah promosi online yang melibatkan pemasaran terpadu dan interaktif, memungkinkan produsen, perantara pasar, dan calon konsumen untuk saling berinteraksi. Penerapan aplikasi Google Maps sebagai salah satu media digital pada UMKM di Desa Japanan, Kecamatan Jombang akan memberikan keuntungan tersendiri dalam operasional bisnis. Tujuan dari kegiatan sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan penggunaan aplikasi Google Maps sebagai solusi media digital branding guna meningkatkan interaksi dengan para konsumennya. Metode pelaksanaan yang dilakukan adalah observasi, sosialisasi, dan pendampingan. Fokus kegiatan adalah memfasilitasi pelaku UMKM untuk

mengadopsi teknologi digital dalam strategi pemasaran mereka. Dengan pemahaman dan pemanfaatan teknologi digital, UMKM diharapkan dapat lebih mudah dijangkau oleh konsumen, meningkatkan penjualan, dan bersaing lebih efektif di pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Demonstrasi, Lokasi Digital, Observasi, Pemasaran, Socialization

PENDAHULUAN

UMKM termasuk ke dalam salah satu pilar yang cukup esensial dalam perekonomian nasional dimana dalam hal ini UMKM mendapatkan banyak dukungan, kesempatan, pengembangan, hingga perlindungan (Putri 2017). UMKM mampu menyediakan lowongan pekerjaan bagi masyarakat hingga mencapai persentase sebesar 50% dari pekerja yang telah ada serta berkontribusi dalam menciptakan wirausaha baru dan pemanfaatan sumber daya alam sekitar. Maka, hal tersebut juga menjelaskan bahwa, UMKM menyediakan lowongan pekerjaan dan pemerintah menjadi terbantu dalam penurunan persentase pengangguran (Syarifudin, Shodiqin, dan Nase 2022).

Pertumbuhan UMKM berjalan beriringan dengan perkembangan teknologi yang terus mengalami perubahan. Maka, di Era 4.0 ini, beberapa kegiatan telah dialihkan kepada media online. Media online sendiri dikenal dengan sebutan internet dan menyediakan beberapa aktivitas utama yaitu komunikasi serta distribusi (Pasaribu 2020). Eksistensi dari internet menjadi salah satu fasilitas dari hasil kemajuan teknologi yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran produk secara online (*digital marketing*), baik melalui *marketplace* atau media sosial.

Pemasaran secara digital merupakan sebuah upaya yang dilakukan dengan tujuan memperkenalkan sebuah bisnis menggunakan media digital secara tepat agar dapat menjangkau atensi calon konsumen (Purwana, Rahmi, dan Aditya 2017). Melalui pemanfaatan digital marketing, produsen dapat mencukupi keinginan sekaligus kebutuhan calon konsumennya dengan lebih mudah (Syukri dan Sunrawali 2022). Implementasi dari pemasaran digital memanfaatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi berupa internet sebagai media penjualan dan pemasaran suatu produk. Media promosi tersebut diantaranya melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp Bisnis, Facebook, TikTok, website, blog, hingga marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada (Merdekawati 2021).

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, para pelaku UMKM di Desa Japanan, Kecamatan Jombang semakin memahami pentingnya pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan grafik penjualan usaha mereka. Pelaku UMKM yang turut serta aktif di media sosial dan memaksimalkan kinerja dari media digital, umumnya akan menuai profit bisnis yang cukup signifikan dalam aspek peluang kerja, pendapatan, daya saing, dan inovasi. Maka dari itu, keberadaan UMKM wajib didukung dan mendapat tinjauan lanjutan agar bisa memperluas jaringan pasar mereka dan dapat terus berkembang (Kadeni dan Srijani 2020). Salah satu media digital yang terbukti sangat berguna dan mengemban peran vital dalam dunia perniagaan merupakan Google Maps.

Google Maps merupakan layanan aplikasi peta online gratis yang disediakan oleh Google yang dapat diakses melalui situs <http://maps.google.com>. Aplikasi ini menampilkan informasi geografis dari hampir seluruh dunia, kecuali daerah kutub selatan dan kutub utara. Google Maps menawarkan interaktivitas yang memungkinkan penggunaannya untuk menggeser peta, mengubah level zoom, dan memilih jenis tampilan peta. Selain itu, aplikasi ini memiliki berbagai fitur seperti pencarian lokasi berdasarkan kata kunci seperti nama tempat, kota, atau jalan, serta estimasi rute

kepergian dari satu tempat menuju tempat lainnya.

Penerapan aplikasi Google Maps pada UMKM di Desa Japanan, Kecamatan Jombang akan memberikan keuntungan tersendiri dalam operasional bisnis (Insani, Syahrial, dan Putra 2022). Melalui pemetaan titik lokasi yang tepat, maka pelaku UMKM akan dapat menjangkau konsumen secara lebih luas dan lebih tepat. Hal ini tidak hanya memajukan keberadaan bisnis para UMKM di media digital saja, melainkan juga memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi suatu toko secara akurat. Google Maps mengemban peran yang cukup krusial di era saat ini, terutama bagi para pelaku bisnis UMKM karena melalui informasi yang tertera, seperti halnya jam operasional, nomor ponsel, hingga ulasan-ulasan konsumen yang dapat dimanfaatkan sebagai tanda kepercayaan akan layanan sekaligus produk dari suatu toko.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka tim pengabdian melakukan pendampingan kepada UMKM di Desa Japanan, Kecamatan Jombang dalam memanfaatkan Google Maps. Tujuan dari kegiatan sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan penggunaan aplikasi Google Maps sebagai solusi media digital branding guna meningkatkan interaksi dengan para konsumennya. Tidak hanya itu, kegiatan sosialisasi ini juga ditujukan untuk menyadarkan para pelaku UMKM bahwa pemanfaatan Google Maps mampu menjadi jalan keluar untuk mempermudah proses pengiriman dan antar jemput, mendapatkan informasi dengan lebih detail, dan meningkatkan visibilitas.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berbentuk sosialisasi terhadap pelaku UMKM di Desa Japanan, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Penulis menetapkan beberapa tahapan sebagai strategi kemajuan UMKM Desa Japanan. Adapun metode pelaksanaan yang dilakukan adalah:

1. Tahap Observasi. Tahapan ini dilakukan dengan cara mewawancarai pelaku UMKM dan pihak Desa selaku penanggungjawab stand UMKM di Desa Japanan terkait kendala dan permasalahan apa saja yang dihadapi dan sebagai upaya pendekatan kepada pelaku UMKM.
2. Tahap Sosialisasi. Pada tahapan ini penulis memaparkan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya digital marketing dan branding pada usaha yang dijalani, salah satunya adalah pemanfaatan Google Maps sebagai sarana pemasaran dan branding yang mudah diterapkan. Pelaku UMKM selaku audiens diberikan kesempatan untuk memahami dan menanyakan terkait materi yang sudah penulis paparkan. Tahap sosialisasi ini bertujuan untuk menginformasikan poin - poin positif pemasaran produk melalui Google Maps.
3. Tahap Demonstrasi dan Pendampingan. Pada tahapan ini penulis membantu para pelaku UMKM yang membutuhkan bantuan dalam pendaftaran lokasi usahanya di Google Maps. Penulis juga melakukan pendampingan dan pengawasan pasca pendaftaran akun di Google Maps, contohnya adalah pengawasan terkait rating sebagai penilaian masyarakat pada produk UMKM. Hal ini bertujuan agar mitra bisa mengelola dan memaksimalkan usaha pemasaran mereka melalui Google Maps.

HASIL

Kegiatan Sosialisasi Inovatif Kembangkan Bisnis dengan Digital Branding pada UMKM di Desa Japanan, Mojowarno, Jombang telah dilaksanakan pada hari Senin, 29 Juli 2024 yang bertempat di Balai Desa Japanan. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan oleh kelompok Kuliah Kerja Nyata Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Selama kegiatan sosialisasi, para pelaku UMKM menyimak terkait penjelasan yang disampaikan oleh pemateri. Media yang

digunakan dalam kegiatan ini adalah Handphone dari setiap pelaku UMKM yang terhubung dengan jaringan internet dan memiliki alamat email.

Penggunaan media online memiliki pengaruh yang besar terhadap dunia usaha, karena dapat diakses secara luas. Beberapa media online memiliki biaya yang murah dan mudah digunakan (Pasaribu 2020). Sebelum adanya media online, pelaku UMKM melakukan promosi secara verbal. Tetapi, setelah mengetahui dan memahami tentang media online sebagai sarana branding serta promosi, pelaku UMKM dapat dijangkau dengan mudah dan lebih efisien karena tidak terhalang waktu dan tempat (Supriono 2024).

Potensi yang signifikan terhadap peningkatan kondisi perekonomian masyarakat terutama pada pelaku UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan mereka. Pengoptimalan media online merupakan hal penting yang harus dilakukan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga dapat mencapai kekuatan ekonomi pada para pelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan teknologi informasi untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam pemasaran produk yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Sehingga, pemanfaatan Google Maps dapat mempermudah para pelaku UMKM untuk mempromosikan toko dan produk mereka secara alternatif dengan cara mencari titik lokasi dengan mudah.

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah melakukan observasi UMKM dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengetahui permasalahan yang dimiliki oleh pelaku UMKM selama menjalankan usaha. Tahap observasi dilakukan secara *door-to-door* atau berkunjung langsung ke tempat mitra UMKM di Desa Japanan. Saat dilakukan observasi, juga diberikan penjelasan singkat terkait branding dengan Google Maps. namun, para pelaku UMKM masih awam terkait penggunaan dan fungsi dari Google Maps.



Gambar 1. Observasi kepada para pelaku UMKM di Desa Japanan

Tahapan kedua yaitu melakukan sosialisasi mengenai branding melalui Google Maps. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan memberikan deskripsi umum terkait branding, fitur google Maps dan manfaat penggunaan Google Maps. Pencarian usaha dapat dengan mudah dilakukan oleh konsumen dengan adanya Google Maps. Selain itu, Google Maps hadir di tengah - tengah pelaku UMKM untuk membantu penjualan meningkat dan dikenal banyak orang.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Google Maps kepada Pelaku UMKM Desa Japanan

Tahapan ketiga adalah pendampingan. Pada tahapan ini, pelaku UMKM diberikan pelatihan dan cara penggunaan Google Maps melalui handphone. Tim KKN UPN “Veteran” Jawa Timur melakukan pendampingan dengan memandu tahap demi tahap mulai dari menambahkan lokasi hingga mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk melengkapi Google Maps.



Gambar 3. Kegiatan pendampingan pelaku UMKM untuk pembuatan Google Maps

Setelah melakukan ketiga tahapan tersebut, mahasiswa juga perlu untuk melakukan pemantauan terhadap lokasi Google Maps pelaku UMKM, hal tersebut bertujuan untuk melihat perkembangan usaha. karena masih banyak pelaku UMKM yang kurang mengerti fitur Google Maps. Setelah diberikan pendampingan mengenai penggunaan aplikasi Google Maps dan pemantauan Google Maps, harapannya usaha para pelaku UMKM di desa Japanan dapat bersaing dengan UMKM desa lain, menarik calon konsumen, dan dapat meningkatkan penjualan.

PEMBAHASAN

Kegiatan ini dapat membantu UMKM Desa Japanan dikenal secara lebih luas. Selain itu, masyarakat dapat dengan mudah menemukan lokasi dari UMKM Desa Japanan. Kegiatan ini didasarkan pada kondisi lapangan, yang dimana terdapat pelaku UMKM yang belum terdaftar di Google Maps. Selain itu fakta yang didapatkan berdasarkan observasi secara langsung melalui Google Maps menunjukkan bahwa hal tersebut memang sesuai. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan menjelaskan kepada pelaku UMKM tentang benefit terdaptarnya usaha mereka di Google

Maps. Kemudahan masyarakat untuk menemukan lokasi usaha, informasi dan jangkauan pemasaran yang lebih luas merupakan keuntungan dari terdapatnya usaha mereka di Google Maps. Menurut (Cahya 2022) dampak positif yang diberikan oleh Google Maps mengakibatkan bertambahnya jumlah pendapatan dan kalangan masyarakat usaha mereka mulai dikenal. Hal tersebut disebabkan karena ada peranan teknologi yang memberikan kemudahan pelaku UMKM menjalankan usahanya.

Kegiatan ini diadakan karena memiliki tujuan untuk meningkatkan penggunaan aplikasi Google Maps sebagai solusi media digital branding guna meningkatkan interaksi pelaku UMKM dengan para konsumennya. Kegiatan ini dirancang untuk membantu pelaku UMKM agar lebih memahami dan memanfaatkan fitur-fitur yang ditawarkan oleh Google Maps. Dalam sesi pendampingan, para pelaku UMKM akan diajarkan cara mendaftar dan mengklaim usahanya di Google Maps. Selain itu, pelaku UMKM akan mendapatkan panduan tentang bagaimana cara memperbarui informasi usaha seperti jam operasional, alamat, kontak, dan memanfaatkan ulasan konsumen dan foto untuk menarik perhatian lebih banyak konsumen. Dengan meningkatkan Google Maps dengan baik, diharapkan UMKM dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan interaksi dengan pelanggan.

KESIMPULAN

Fokus pembangunan ekonomi Indonesia saat ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perkembangan teknologi seperti pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha untuk lebih mudah menjangkau dan memenuhi kebutuhan pelanggan melalui berbagai platform seperti pasar, media sosial, dan layanan seperti Google Maps.

Dibutuhkan pendampingan untuk meningkatkan pemanfaatan Google Maps dan media digital lainnya sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka, karena UMKM Desa di Jepang masih kurang memahami pentingnya pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Di Desa Jepang, Mojowarno, Jombang, mahasiswa KKN dari Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur melakukan sosialisasi dengan tujuan meningkatkan pemahaman UMKM tentang digital branding. Kegiatan ini menekankan betapa pentingnya penggunaan media online seperti Google Maps untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM. Observasi, sosialisasi, dan pendampingan adalah tiga tahap sosialisasi ini.

Dengan memahami dan memanfaatkan teknologi digital, UMKM diharapkan dapat memperluas jangkauannya ke pelanggan, meningkatkan penjualan, dan bersaing dengan lebih baik di pasar yang lebih luas.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Bapak Junaidi Catur Wicaksono kepala Desa Jepang atas kesediaan, bantuan, dan fasilitas dalam menjembatani penulis untuk bisa melakukan kegiatan pendampingan pada UMKM warga Desa Jepang.

DAFTAR REFERENSI

Cahya, Bayu Tri, Etha Widayani, Farida Rohmah, dan Makrufah Hidayah Islamiah. 2022. "Urgensi E-Marketing Berbasis Google Maps pada Keberlangsungan Usaha Entrepreneur Muslim (Studi pada Kabupaten Demak)." *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 20(1):126–42.

- Insani, Salman Faris, Yoppi Syahrial, dan Ardian Prima Putra. 2022. "Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari." *Warta LPM* 25(1).
- Kadeni, dan Ninik Srijani. 2020. "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *Equilibrium* 8(2):191–200.
- Merdekawati, Agustiena, Andrie Kurniawan, Henny Leidiyana, Al Ghazali, dan Waryono. 2021. "Pelatihan Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(2):66–70. doi: 10.54259/pakmas.v1i2.72.
- Pasaribu, Rotumiar. 2020. "Optimalisasi Media Online sebagai Solusi Promosi Pemasaran UMKM di Semarang pada Masa Pandemi Covid - 19." *Jurnal Komunikasi dan Media* 01(01):33–44.
- Purwana, Dedi, Rahmi, dan Shandy Aditya. 2017. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani* 1(1):1–17.
- Putri, Euis Hasmita. 2017. "Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda (Studi pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda)." *Administrasi Negara* 5(1):5431–45.
- Supriono, Agus, Edwin Tri Maulana, Indah Ibanah, Rizky Yanuarti, dan Ariq Dewi Maharani. 2024. "Inovasi Kreatif Berbasis Digital Marketing pada UMKM Krupuk Rengginang di Desa Trebungan Kecamatan Mangaran - Situbondo." *Jurnal Budimas* 06(01):1–7.
- Syaifudin, Roy, Asep Shodiqin, dan Nase. 2022. "Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 7(3):297–316.
- Syukri, Adya Utami, dan Andi Nonong Sunrawali. 2022. "Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 19(1):170–82. doi: 10.29264/jkin.v19i1.10207.