

Digitalisasi Profil Usaha UMKM Desa Mondo melalui Pembuatan dan Pengelolaan *Listing* Google Maps

Miftah Nur Rahmawan¹, Nabil Asy'ari², Bagus Tegar Prakoso³, Mei Fajar Ashara⁴, Asrofi Wildan Gymnastiar⁵, Mochamad Daud Romadhoni⁶, Husna Naila Zakiyati⁷, Amanda Rahmawati⁸, Anita Yulia Mayasari⁹, Nadia Nur Fadillah¹⁰, Sinta Haniatul Kummairoh¹¹, Nur Fadlilatur Rosyidah¹², Asriana Khusnah¹³, Hidayatul Qomariyah¹⁴, Dewi Shogivah¹⁵, Silviana Safitri¹⁶, Nova Fahdyana¹⁷, Yopi Yudha Utama¹⁸
UIN Syekh Wasil Kediri
nurrahmawaan@gmail.com¹

Article Info

Volume 3 Issue 4
December 2025

DOI :
10.30762/welfare.v3i4.2674

Article History

Submission: 25-08-2025
Revised: 06-12-2025
Accepted: 07-12-2025
Published: 12-12-2025

Keywords:

MSMEs, product visibility,
Google Maps, Mondo Village,
digital marketing strategy

Kata Kunci:

UMKM, visibilitas produk,
Google Maps, Desa Mondo,
strategi pemasaran digital



Copyright © 2025 Miftah Nur Rahmawan,
Nabil Asy'ari, Bagus Tegar Prakoso, Mei
Fajar Ashara, Asrofi Wildan Gymnastiar,
Mochamad Daud Romadhoni, Husna
Naila Zakiyati, Amanda Rahmawati,
Anita Yulia Mayasari, Nadia Nur
Fadillah, Sinta Haniatul Kummairoh, Nur
Fadlilatur Rosyidah, Asriana Khusnah,
Hidayatul Qomariyah, Dewi Shogivah,
Silviana Safitri, Nova Fahdyana, Yopi
Yudha Utama

Welfare: Jurnal Pengabdian
Masyarakat is licensed under a Creative
Commons Attribution-Share Alike 4.0
International License.

Abstract

The Community Service Program (KKN) is a concrete form of student community service organized by universities. Through this activity, students go directly into the field to make a positive contribution to the surrounding environment, particularly in helping develop village potential. The development of digital technology has opened up new opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to expand their market reach. One effective strategy is using Google Maps to list and promote business locations. This study aims to identify and analyze strategies for increasing the visibility of MSME products in Mondo Village by including business information on Google Maps. The method used is a qualitative descriptive approach with data collection through interviews, field observations, and documentation. The results show that including business locations and profiles on Google Maps significantly makes it easier for consumers to identify products, increases the number of visits, and strengthens the business's image in the eyes of customers.

Abstrak

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu wujud nyata pengabdian mahasiswa kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi. Melalui kegiatan ini, mahasiswa terjun langsung ke lapangan untuk memberikan kontribusi positif bagi lingkungan sekitar, khususnya dalam membantu mengembangkan potensi desa. perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar. Salah satu strategi yang dapat dimanfaatkan adalah pemanfaatan Google Maps sebagai sarana pencantuman lokasi usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi peningkatan visibilitas produk UMKM di Desa Mondo melalui pencantuman informasi usaha pada Google Maps. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencantuman lokasi dan profil usaha di Google Maps secara signifikan mempermudah konsumen menemukan produk, meningkatkan jumlah kunjungan, dan memperkuat citra usaha di mata pelanggan.

1. PENDAHULUAN

Desa mondo, yang terletak di kecamatan mojo kabupaten kediri, merupakan sebuah desa yang memiliki potensi dalam mengembangkan perekonomian desa, hal ini dapat dilihat dari kalkulasi data umkm yang di dapat bahwa, terdapat sekitar 30 umkm lebih yang tercatat, baik dari umkm kecil, menengah sampai umkm yang telah berkembang menajdi besar, sehingga peluang desa mondo dalam mengembangkan sumber daya manusia-nya (SDM) dapat melalui pengembangan bisinsi umkm. hal ini dapat memeberikan dampak positif dan menunjang perekonomian desa (Idayu et al., 2021).

Korespondensi:

Miftah Nur Rahmawan
nurrahmawaan@gmail.com

Pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) tahun 2025 ini berfokus pada kondisi nyata yang ada di masyarakat, khususnya di lokasi tempat kegiatan KKN dilaksanakan. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM di Desa Mondo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri, terkait perkembangan teknologi dan informasi masih tergolong terbatas. Hal ini menyebabkan mereka kerap mengalami kesulitan dalam mengelola usaha yang dijalankan.

Salah satu permasalahan yang menonjol adalah sistem pemasaran yang belum memanfaatkan teknologi secara maksimal, baik melalui platform media online seperti e-commerce maupun media sosial. Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Mondo masih mengandalkan metode pemasaran dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pemasaran produk hanya sebatas di wilayah sekitar desa dan belum mampu menembus pasar yang lebih luas.

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor, salah satunya pada sektor perekonomian. Kemajuan ini memberikan dorongan positif terhadap para pelaku usaha dagang, baik dimulaui dari skala micro maupun macro, melalui perkembangan teknologi ini lah kita dapat meningkatkan visibilitas produk umkm. Dalam kamus KBBI Visibilitas adalah suatu keadaan yang dapat dilihat dan diamati (terutama untuk keadaan cuaca, bendanya dapat dilihat dengan jelas pada jarak jauh). Sedangkan arti visibilitas produk adalah ukuran sejauh mana produk atau merek terekspos dan mudah diingat oleh konsumen (Simanjutak, H. et al., 2024). Manfaatnya bagi UMKM adalah meliputi peningkatan kesadaran konsumen, jangkauan pasar yang lebih luas, serta potensi kenaikan penjualan. Strategi praktis seperti optimasi platform digital (contohnya Google Maps, SEO, e-commerce, media sosial) menjadi kunci untuk mengangkat visibilitas produk UMKM ke level yang lebih tinggi (Ramadhany et al., 2023).

Dalam meningkatkan visibilitas produk umkm dapat dimulai melalui penyebaran secara luas terkait dengan informasi produk maupun layanan. Bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kondisi ini membuka peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran berbasis teknologi (Pujiantoro & Mohammad Rofiuddin, 2022). Salah satu strategi yang dinilai efektif adalah pemanfaatan platform digital untuk meningkatkan keterlihatan dan daya saing produk. Google Maps yang awalnya hanya dikenal sebagai aplikasi penunjuk arah, kini berkembang menjadi salah satu media promosi potensial. Melalui fitur pencantuman lokasi, profil usaha, foto, dan ulasan pelanggan, Google Maps memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menemukan dan mengenal lebih dekat suatu usaha (Rahmah et al., 2025). Keunggulan ini dapat dimanfaatkan oleh para pemilik UMKM. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan produk yang mereka miliki dalam jangkauan konsumen yang lebih luas.

Teringat sebuah teori Technology Acceptance Model yang dikembangkan oleh davis yaitu Penerimaan teknologi dipengaruhi oleh *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU)(Davis & Granic, 2024). Jika pelaku UMKM merasa GBP berguna dan mudah dipakai, maka niat serta penggunaan aktual meningkat, Implikasi pada urgensi Google Maps ini adalah Pelatihan yang menunjukkan manfaat langsung bagi toko produksi dan berdampak lebih mudah ditemukan, naik kunjungan) dan panduan langkah-demi-langkah akan menaikkan PU & PEOU adopsi dan optimalisasi profil meningkat.

Di Desa Mondo sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti promosi mulut ke mulut atau pemasangan spanduk. Meskipun cara tersebut tetap memiliki nilai, jangkauannya terbatas dan tidak mampu mengikuti pola konsumsi masyarakat modern yang mengutamakan pencarian daring. Dengan demikian, adopsi teknologi seperti Google Maps menjadi peluang strategis untuk meningkatkan eksposur usaha sekaligus memperkuat citra merek di mata konsumen.

2. METODE

Metode pengabdian *Asset Based Community Development* (ABCD) sebagaimana tercantum dalam pedoman KKN 2025 IAIN Kediri. Subjek pengabdian kepada masyarakat dalam kegiatan ini adalah para pelaku UMKM di Desa Mondo, Kecamatan Mojo, baik yang sedang merintis usaha maupun yang sudah memiliki usaha berjalan. Bentuk kegiatan pengabdian diwujudkan melalui program kerja yang berfokus pada peningkatan perekonomian desa, khususnya di sektor UMKM, dengan memberikan pendampingan dan sosialisasi mengenai strategi peningkatan visibilitas produk melalui pemanfaatan Google Maps. Kegiatan ini dilaksanakan langsung di Desa Mondo dengan tujuan agar masyarakat, khususnya pemilik UMKM, dapat memahami pentingnya identitas digital dalam memperluas jangkauan pemasaran. Melalui pencantuman lokasi, profil usaha, hingga foto produk di Google Maps, para pelaku UMKM akan lebih mudah ditemukan oleh konsumen, sehingga peluang penjualan semakin terbuka lebar dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Zunaidi, 2024).

Sesuai prinsip ABCD, proses penggalan data juga dilakukan dengan identifikasi aset lokal, baik berupa sumber daya manusia, keterampilan, maupun sarana yang dapat menunjang pemasaran. Tahap ini diikuti dengan diskusi kelompok partisipatif (Focus Group Discussion/FGD) yang melibatkan para pelaku UMKM, untuk merumuskan strategi bersama dalam mengoptimalkan pencantuman usaha di Google Maps. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan dokumentasi berupa foto, tangkapan layar profil Google Maps, dan arsip data desa untuk memperkuat temuan. Semua data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program KKN di Desa Mondo membuktikan bahwa penerapan teknologi digital dalam pemasaran usaha kecil dapat memberikan hasil yang nyata. Salah satu fokus utama kegiatan ini adalah membantu para pelaku UMKM untuk mencantumkan usaha mereka pada platform Google Maps. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha mulai menyadari pentingnya keberadaan profil digital untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Sebelumnya, sebagian besar hanya mengandalkan promosi mulut ke mulut, namun setelah usaha mereka terdaftar di Google Maps, peluang untuk dikenal masyarakat luas terbuka lebih lebar.

Dampak pertama yang langsung dirasakan oleh para pelaku UMKM yakni kemudahan bagi konsumen dalam menemukan lokasi usaha mereka. Dengan adanya titik lokasi yang jelas, ditambah foto produk dan jam operasional, konsumen tidak lagi kebingungan mencari arah atau informasi. Hal ini dapat mendorong rasa percaya diri bagi pelaku UMKM, karena mereka merasa usahanya kini memiliki identitas digital yang bisa diakses siapa saja dan kapan saja. Identitas digital ini pada akhirnya turut memperkuat citra usaha di mata pelanggan baru.



Gambar 1. Presentasi manfaat mencantumkan dan mendaftarkan toko di google maps

Foto di atas menggambarkan proses pemberian penjelasan dari pihak mahasiswa KKN dengan salah satu pelaku UMKM di Desa Mondo terkait dengan manfaat dan cara tata kelola profil usaha dengan menggunakan google maps. Dalam pertemuan tersebut, mahasiswa memberikan penjelasan langkah demi langkah mengenai strategi peningkatan visibilitas produk melalui pencantuman usaha di Google Maps. Langkah pertama dimulai dengan memperkenalkan manfaat Google Maps, yaitu membantu konsumen menemukan lokasi usaha dengan lebih mudah. Selanjutnya dijelaskan cara membuat akun Google dan mendaftarkan usaha ke dalam layanan Google Business Profile. Setelah itu, pemilik UMKM diajarkan bagaimana melengkapi profil usaha dengan informasi penting seperti nama usaha, alamat, nomor telepon, jam operasional, serta menambahkan foto produk agar lebih menarik. Mahasiswa juga menekankan pentingnya memperbarui informasi secara berkala dan menanggapi ulasan konsumen untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Proses pendampingan ini dilakukan secara sederhana, dengan bahasa yang mudah dipahami, sehingga pelaku UMKM merasa lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Melalui langkah-langkah tersebut, diharapkan produk UMKM Desa Mondo



Gambar 2. Proses melakukan pendaftaran akun dan pencantunman google maps pada pemilik UMKM di desa mondo

Gambar di atas merupakan tahapan dan proses melakukan pendaftaran akun dan pencantuman google maps pada salah satu pemilik umkm di desa mondo, yang mana proses ini di dampingin dan dilakukan oleh mahasiswa kkn di desa mondo.

Selain kemudahan dalam pencarian, adanya profil usaha di Google Maps juga menumbuhkan motivasi baru bagi pemilik UMKM untuk mengelola tempat usaha mereka dengan lebih serius. Beberapa pemilik usaha mengaku mulai memperhatikan kerapian, kebersihan, bahkan penataan produk karena menyadari bahwa dokumentasi berupa foto akan dilihat banyak orang secara daring. Dengan demikian, pencantuman di Google Maps tidak hanya berdampak pada aspek pemasaran, tetapi juga secara tidak langsung mendorong peningkatan kualitas layanan dan tata kelola usaha.

Dari hasil kegiatan dan observasi yang telah di lakukan, bahwa terdapat 8 pelaku umkm yang bersedia untuk di daftarkan serta di cantumkan toko usahanya di google maps, yang mana terdiri dalam kolom tabel berikut.

Daftar Tabel Toko Produk yang telah di Cantumkan di Google Maps

No	Nama Usaha	Link Google Maps	Alamat	Tanggal Pencantuman
1	Toko Petani Muda	https://maps.app.goo.gl/8PVn1jJEfiHzcvFN?g_st=iw	Dsn. Mondo Barat, Mondo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64162	Sabtu, 9 Agustus 2025
2	Krupuk Lamuk Mas Fahmi	https://maps.app.goo.gl/piztzoY5WKGyikAz8?g_st=iw	RT.11, RT.04 DUSUN MONDO BARAT, Mondo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64162	Minggu, 3 Agustus 2025
3	Kue Basah Bu Mahmudah	https://maps.app.goo.gl/5wXjHx3PsSc9Lsyk9?g_st=iw	RT.03/RW.01, Mondo Timur, Mondo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64162	1 Agustus 2025
4	Fatimah Kue Basah dan Kering	https://maps.app.goo.gl/471dpegbgHFnSUWP7	RT.03/RW.01, Mondo Timur, Mondo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64162	Sabtu, 9 Agustus, 2025
5	Toko Bu Dian (Mie Level Berkah 81)	https://maps.app.goo.gl/7gQXG54ugZQ3Zjh9A	Dusun Mondo barat, RT.9/RW.3, Mondo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64162	Rabu, 6 Agustus 2025
6	Ayamku Fried Chicken	https://maps.app.goo.gl/2KewYd4unZctyGyd6	Mondo Timur, Mondo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64162	Jumat, 1 Agustus 2025

7	Annisa Catering	https://maps.app.goo.gl/TtbmoVvkpQf1BftW6	4XPG+C3P, Mondo Timur, Mondo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64162	Sabtu, 2 Agustus 2025
8	Warkop Ibu Jumi'	https://maps.app.goo.gl/2AzSRHQC6aSVFYCx9	4XMG+JHW, Mondo Timur, Mondo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64162	Kamis, 31 Juli 2025

Dalam proses pendampingan, ditemukan pula bahwa sebagian besar pelaku UMKM sebenarnya memiliki antusiasme yang tinggi, akan tetapi ada juga yang menolak karena ketidakmampuan mereka dalam menerima pesanan secara mendadak dan dalam jumlah banyak, hal ini disebabkan oleh ketidakfahaman para pelaku UMKM terhadap pengetahuan teknologi. Pada awalnya, banyak yang menganggap proses pembuatan profil digital rumit. Namun, setelah diberikan penjelasan sederhana dan langkah demi langkah, beberapa pelaku UMKM menyadari bahwa platform ini sangat mudah digunakan. Pengalaman belajar bersama ini memberikan dampak positif berupa peningkatan kepercayaan diri para pengusaha UMKM dalam mencoba hal-hal baru dalam mengelola usaha.

Jika dikaitkan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM), apa yang terjadi di Desa Mondo sangat sesuai dengan konsep *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Ketika pelaku usaha menyadari manfaat langsung berupa bertambahnya calon pelanggan, serta merasakan bahwa proses penggunaan aplikasi tidak sesulit yang dibayangkan, maka penerimaan terhadap teknologi semakin tinggi. Inilah yang menjadi kunci sukses penerapan strategi digital pada UMKM pedesaan yang selama ini terkesan jauh dari akses teknologi.

4. KESIMPULAN

Kegiatan KKN di Desa Mondo menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps mampu memberi dampak nyata bagi perkembangan UMKM lokal. Dengan adanya profil usaha yang tercantum secara digital, konsumen menjadi lebih mudah menemukan lokasi, mengenal produk, dan menumbuhkan rasa percaya terhadap usaha yang ada. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan peluang penjualan, tetapi juga memotivasi pelaku UMKM untuk menata dan mengelola usahanya dengan lebih baik. Pendekatan *Asset Based Community Development (ABCD)* terbukti efektif dalam menggali potensi lokal, karena para pelaku UMKM merasa diberdayakan melalui kekuatan yang mereka miliki sendiri. Sementara itu, teori *Technology Acceptance Model (TAM)* juga tercermin dari pengalaman di lapangan, di mana pelaku usaha lebih mudah menerima teknologi ketika mereka merasakan manfaat langsung dan kemudahan penggunaannya.

DAFTAR PUSTAKA

Al Arif, M. A., Prastya, A., Ramadhan, M. A., Hartanto, I., Thariq, M. A., Sefia, V., ... Mas'udah, H. Z. (2025). Digitalisasi UMKM melalui Pendaftaran NIB dan Pemanfaatan Google Maps Sebagai Media Promosi. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 513–518. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i3.2622>

Davis, F. D., & Granic, A. (2024). Book Review : The Technology Acceptance Model - 30 Years of TAM The background to TAM The Evolution , Revolution and Future of TAM. *Journal of University Teaching & Learning Practice*, 21(2), 1–6.

Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>

- KAM, S. S. B. (2025). Pedoman Kuliah Kerja Nyata Pastoral. *JURNAL PROPHETA "Jurnal Pendidikan Dan Kateketik Pastoral,"* 13(6), 3–8. <https://www.jurnal.stpsantopetruska.ac.id/index.php/ph/article/view/125>
- Prajogo, U. (2021). Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Penggunaan Teknologi Marketplace dengan Attitude sebagai Variabel Intervening (Studi Pada UMKM di Kota Malang). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, 7(1), 62–68. <http://http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jtmi>
- Pujiantoro, N., & Mohammad Rofiuddin, M. (2022). Strategi Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Bringin Kecamatan Montong Kabupaten Tuban. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(2), 168–175. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i2.12754>
- Rahmanida, S. E., Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., & Rahmawati, R. (2025). Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 147–153. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177>
- Rahmah, P., Ati, A. C., & Nopiyanti, Y. (2025). Digital Marketing Assistance Through Google Maps Application in an Effort to Improve UMKM Development in Jayamulya Village. *Kroya District, Indramayu Regency. Kawakib: Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 8–15.
- Ramadhany, E. D., Arief, M. H., Nugroho, D. M., & Laily, N. F. (2023). Digitalisasi Umkm Melalui Penggunaan Media Sosial Dan Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas Dan Efektifitas Penyebaran Informasi Bisnis. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 969–974. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i9.875>
- Simanjutak, H. et, al. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Visibilitas Penjualan. *Jurdian*, 4, 21–24.
- Zunaidi, A. Maghfiroh, F.L. (2025). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis UMKM*. Indramayu: Penerbit Adab
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.