

Implementasi Program KKN untuk Peningkatan Visibilitas UMKM Desa Tanah Merah Kabupaten Serdang Bedagai melalui Google Maps

Implementation of the Community Service Program to Increase the Visibility of MSMEs in Tanah Merah Village, Serdang Bedagai Regency via Google Maps

Ridho Feriyanly¹, Siska Safitri², Devi Tri Saputri Manik³, Zainarti⁴

¹⁻⁴ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia

Korespondensi Penulis : ridho.feriyanly88@gmail.com¹, syafitrisiska7@gmail.com²,

saputridevi988@gmail.com³, zainartimm60@gmail.com⁴

Article History:

Naskah Masuk: 30 Oktober 2025;

Revisi: 28 November 2025;

Diterima: 19 Desember 2025;

Tersedia: 22 Desember 2025;

Keywords: Digital Promotion;
Digitalization; Google Maps;
Marketing; MSMEs

Abstract. The Community Service Program (KKN) in Tanah Merah Village, Serdang Bedagai Regency, aims to enhance the visibility of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) by utilizing Google Maps as a digital promotional tool. In this village, many MSMEs face challenges due to low digital literacy, which hinders their ability to leverage technology for marketing their products. Through the KKN program, students conducted surveys, initial socialization, and hands-on training on using Google Maps and Google Business Profile for MSME owners. The results show that MSME owners gained a better understanding of digital marketing, especially in using Google Maps. They experienced significant benefits from the easy access it provided for consumers to find their business locations, leading to an increase in customers. Additionally, using Google Business Profile helped boost their credibility among consumers. This KKN program plays a crucial role in empowering MSMEs to adapt to digital technology, expand their market reach, and enhance their business competitiveness. With this support, MSMEs in Tanah Merah Village are now capable of managing their business profiles independently and are better prepared to face the challenges of an increasingly digital market.

Abstrak.

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tanah Merah, Kabupaten Serdang Bedagai, bertujuan meningkatkan visibilitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memanfaatkan Google Maps sebagai media promosi digital. Di desa ini, banyak UMKM menghadapi tantangan rendahnya literasi digital, yang menghambat pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk mereka. Melalui KKN, mahasiswa melakukan survei, sosialisasi awal, serta pelatihan praktik penggunaan Google Maps dan Google Business Profile kepada pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman UMKM mengenai pemasaran digital, khususnya dalam memanfaatkan Google Maps. Para pelaku usaha merasakan manfaat besar dari kemudahan akses yang diberikan kepada konsumen untuk menemukan lokasi usaha mereka, yang meningkatkan jumlah pelanggan. Selain itu, penggunaan Google Business Profile juga membantu meningkatkan kredibilitas usaha mereka di mata konsumen. Program KKN ini berperan penting dalam memberdayakan UMKM untuk mengadaptasi teknologi digital, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing usaha mereka. Dengan bantuan ini, UMKM di Desa Tanah Merah mampu mengelola akun bisnis mereka secara mandiri dan lebih siap menghadapi tantangan pasar yang semakin digital.

Kata Kunci: Digitalisasi; Google Maps; Pemasaran; Promosi Digital; UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja serta menggerakkan roda ekonomi masyarakat di tingkat lokal. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM di desa

masih berkaitan dengan keterbatasan akses pemasaran dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah meningkatkan visibilitas usaha melalui media digital berbasis lokasi seperti *Google Maps*. Dengan pemanfaatan *Google Maps*, pelaku UMKM dapat menampilkan profil bisnis, lokasi usaha, ulasan pelanggan, serta informasi produk yang mempermudah konsumen menemukan mereka secara daring (Syafitri et al., 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi besar dalam perekonomian nasional. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa pada tahun 2022, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,46 juta unit usaha atau 99,99% dari total unit usaha yang ada. UMKM juga menyerap sekitar 97% tenaga kerja dan menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Syafitri et al., 2024). Angka tersebut membuktikan bahwa UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, termasuk dalam skala lokal di wilayah pedesaan.

Namun demikian, tantangan utama yang dihadapi UMKM di daerah pedesaan adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital, terutama dalam bidang promosi dan pemasaran. Banyak UMKM masih bergantung pada strategi pemasaran tradisional seperti promosi dari mulut ke mulut, pemasangan spanduk, dan penjualan langsung, sehingga jangkauan konsumen menjadi terbatas (Rasidin et al., 2024). Padahal, era digitalisasi menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar dapat bertahan dan bersaing.

Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital yang terbukti efektif adalah penggunaan *Google Maps* melalui fitur *Google Business Profile*. *Google Maps* tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk arah, tetapi juga menjadi sarana promosi yang menampilkan profil usaha, jam operasional, foto produk, hingga ulasan konsumen. Penelitian yang dilakukan (Puspasari et al., 2025) menunjukkan bahwa digitalisasi melalui *Google Maps* mampu meningkatkan visibilitas UMKM dan memberikan dampak pada peningkatan penjualan karena konsumen lebih mudah menemukan lokasi usaha.

Kondisi ini juga terjadi di Desa Tanah Merah, Kabupaten Serdang Bedagai. Desa ini memiliki potensi UMKM yang beragam, mulai dari kuliner, kerajinan, hingga perdagangan, namun sebagian besar pelaku usaha belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Minimnya literasi digital menjadi salah satu kendala utama yang menghambat pelaku UMKM dalam mengakses peluang pasar yang lebih luas. Untuk itu, dibutuhkan pendampingan dan pemberdayaan agar UMKM mampu meningkatkan keterampilan digitalnya.

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dapat berperan sebagai media transfer ilmu pengetahuan dan teknologi dari perguruan tinggi kepada masyarakat, termasuk dalam mendukung digitalisasi UMKM desa. Melalui program ini, mahasiswa dapat membantu UMKM Desa Tanah Merah, Kabupaten Serdang Bedagai, untuk memanfaatkan *Google Maps* sebagai sarana promosi yang efektif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pendampingan digitalisasi melalui *Google Maps* terbukti meningkatkan promosi dan penjualan produk UMKM secara signifikan (Septi&Ariescy, 2024).

Lebih lanjut, visibilitas UMKM di platform digital tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah konsumen, tetapi juga memperkuat citra usaha dan kepercayaan masyarakat. Sebagaimana dikemukakan oleh (Tanjung et al., 2023), keberadaan UMKM di *Google Maps* dapat meningkatkan daya saing mereka melalui keterjangkauan informasi dan kemudahan akses lokasi. Dengan demikian, implementasi program KKN berbasis digitalisasi promosi melalui *Google Maps* menjadi langkah strategis untuk mendukung pengembangan UMKM desa secara berkelanjutan.

2. TINJAUAN TEORITIS

UMKM di Desa Tanah Merah, Kabupaten Serdang Bedagai, menghadapi sejumlah kendala dalam mengembangkan usaha mereka, khususnya terkait promosi digital. Rendahnya literasi digital menjadi hambatan utama, karena sebagian besar pelaku usaha masih bergantung pada cara promosi tradisional seperti pemasangan spanduk dan penyebaran informasi dari mulut kemulut. Kondisi ini menyebabkan jangkauan konsumen terbatas dan usaha sulit dikenal lebih luas di luar wilayah desa. Selain itu, minimnya akses terhadap informasi dan pendampingan membuat para pelaku UMKM kesulitan beradaptasi dengan perkembangan teknologi, termasuk dalam memanfaatkan *Google Maps* dan *Google Business Profile* sebagai sarana promosi yang efektif.

Permasalahan lain yang ditemukan di lapangan adalah belum adanya optimalisasi penggunaan *Google Maps* sebagai media promosi. Sebagian besar UMKM Desa Tanah Merah belum terdaftar dalam layanan ini, sehingga konsumen dari luar daerah kesulitan menemukan lokasi usaha. Hal tersebut berdampak pada rendahnya *visibility* serta kurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk lokal. Di sisi lain, pelaku UMKM juga menghadapi keterbatasan sumberdaya manusia dan finansial. Mereka lebih berfokus pada kegiatan produksi sehingga aspek promosi digital sering terabaikan. Tidak hanya itu, rendahnya kesadaran akan pentingnya ulasan konsumen di *Google Maps* semakin memperburuk kondisi, padahal ulasan positif dapat meningkatkan citra dan kepercayaan public terhadap usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, terlihat jelas bahwa UMKM Desa Tanah Merah membutuhkan pendampingan dan fasilitas untuk meningkatkan keterampilan digital mereka. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) menjadi relevan karena dapat memberikan pelatihan dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan *Google Maps* sebagai media promosi. Dengan demikian, permasalahan rendahnya literasi digital, kurangnya *visibility* usaha, serta keterbatasan dalam strategi *digital marketing* dapat diatasi melalui peran aktif mahasiswa sebagai agen pemberdayaan masyarakat.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, karena bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai implementasi program KKN dalam meningkatkan visibilitas UMKM melalui *Google Maps*. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memahami fenomena sosial yang terjadi secara nyata, bukan sekadar melalui data numerik, tetapi melalui deskripsi kondisi, pengalaman, dan pandangan pelaku UMKM serta mahasiswa KKN (Sugiyono, 2017)

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Tanah Merah, kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai, dengan subjek penelitian yaitu pelaku UMKM yang mengikuti program pendampingan KKN dan mahasiswa KKN yang melaksanakan kegiatan tersebut. Pemilihan informasi dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih narasumber yang dianggap paling relevan dan dapat memberikan informasi sesuai kebutuhan penelitian (Miles, 1994).

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

- a) Observasi, untuk melihat langsung aktivitas UMKM sebelum dan sesudah adanya program KKN.
- b) Wawancara semi-terstruktur, untuk menggali informasi mendalam mengenai pengalaman pelaku UMKM, kendala yang mereka hadapi dalam penggunaan teknologi digital, serta pandangan mereka terhadap manfaat *Google Maps* (Moleong, 2017)
- c) Dokumentasi, berupa foto kegiatan, tangkapan layar akun *Google Maps* UMKM, serta laporan program KKN.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sesuai dengan model analisis interaktif (Miles, 1994). Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan data observasi dan dokumentasi untuk memastikan keabsahan temuan penelitian (Creswell & Poth, 2016).

4. HASIL & PEMBAHASAN

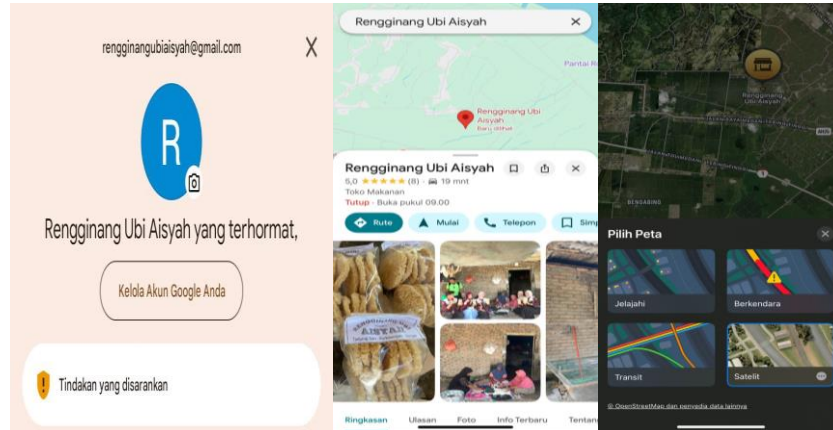
Kegiatan yang dijalankan oleh Kelompok Kuliah Kerja Nyata (KKN) Desa Tanah Merah dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada tahun 2025 berlangsung selama satu bulan, yaitu dari tanggal 1 Agustus 2025 hingga 31 Agustus 2025. Tempat yang telah dipilih oleh kelompok tersebut untuk berkontribusi kepada masyarakat, terutama mitra Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), adalah Desa Tanah Merah, yang terletak di Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Kegiatan ini dilakukan dari pagi hingga sore hari, dengan mengikuti jadwal mitra UMKM agar tidak mengganggu operasional mereka. Dalam prosesnya, kegiatan ini memanfaatkan perangkat smartphone yang terhubung ke jaringan internet, baik untuk mitra UMKM maupun anggota Kelompok KKN Desa Tanah Merah.

Media daring saat ini memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap dunia usaha. Keunggulan utama media digital terletak pada kemampuannya menjangkau berbagai lapisan masyarakat kapan saja dan dari mana saja, melalui berbagai cara. Hal ini membuatnya jauh lebih efisien dibandingkan pemasaran tradisional yang terbatas oleh waktu, lokasi, dan jangkauan karena hanya mengandalkan promosi langsung di toko (Diana, Ariyel, Putri, & Sabrina, 2022). Dampak positif ini sangat dirasakan oleh para pelaku bisnis. Sebelum memahami manfaat media daring, interaksi dengan konsumen dan promosi dilakukan secara langsung. Namun, setelah mengetahui potensi media daring sebagai sarana distribusi dan komunikasi, proses bisnis menjadi lebih cepat dan efisien (Lestari et al., 2022).

UMKM sendiri memiliki peran besar dalam mendukung perekonomian masyarakat serta meningkatkan kesejahteraan. Dengan memanfaatkan pemasaran digital yang dibantu teknologi modern, UMKM dapat memperkuat daya saingnya (Andriani et al., 2022). Karena itu, penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran menjadi kebutuhan penting bagi UMKM yang sedang berkembang. Salah satu bentuk penerapannya adalah penggunaan Google Maps untuk memetakan lokasi usaha melalui ponsel pintar, sehingga memudahkan pencarian lokasi UMKM di Desa Tanah Merah sebagai alternatif media promosi.

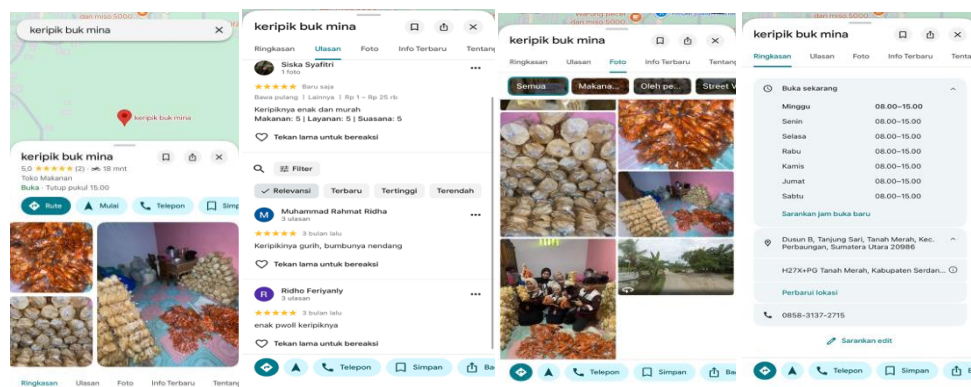
Tahap awal kegiatan meliputi survei atau wawancara untuk mengetahui masalah yang dihadapi UMKM. Proses ini dilakukan melalui kunjungan langsung ke rumah mitra. Pertanyaan seputar pemasaran digital dan branding diajukan, sekaligus disertai penjelasan mengenai penggunaan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook. Dari hasil survei, diketahui bahwa mitra UMKM belum memahami penggunaan Google Maps.

Tahap selanjutnya adalah sosialisasi tentang pemanfaatan Google Maps sebagai sarana promosi. Pada fase ini, dijelaskan mengenai definisi, manfaat, dan langkah-langkah penggunaan aplikasi. Selanjutnya, dilakukan latihan langsung menggunakan ponsel mitra yang terkoneksi internet.



Gambar 1. Gambaran Google Maps

Gambar yang ditampilkan sebelumnya merupakan hasil tangkapan layar dari ponsel mitra selama sesi praktik. Setelah itu, mitra dilatih membuat alamat usaha di Google Maps, mulai dari mendaftarkan lokasi, menyesuaikan titik koordinat, menambahkan jam operasional, kontak, hingga deskripsi usaha. Selama kegiatan, mitra menunjukkan minat dan antusiasme yang tinggi.



Gambar 2. Setelah Mendaftarkan Akun Google Maps

Tahap terakhir berupa pendampingan dan pemantauan. Mitra dibantu menyelesaikan kendala yang muncul serta diajarkan cara membagikan lokasi dan mengunggah foto melalui Google Maps. Proses pendampingan berlangsung selama satu bulan untuk memastikan konsistensi penggunaan aplikasi. Selama periode tersebut, mitra merasakan manfaat Google Maps dalam membantu pemasaran dan pengiriman produk melalui e-commerce. Sementara itu, pemantauan dilakukan agar penggunaan aplikasi berjalan dengan benar dan berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tanah Merah menunjukkan bahwa pendampingan digital melalui Google Maps dapat meningkatkan visibilitas dan profesionalisme UMKM. Sebelum program ini, sebagian besar UMKM belum memahami fungsi Google Maps sebagai alat promosi yang efektif. Melalui sosialisasi, pelatihan, dan praktik langsung, UMKM memperoleh keterampilan baru dalam membuat, mengelola, dan memperbarui profil usaha di Google Maps. Lebih lanjut, program pendampingan selama sebulan ini membantu UMKM mengatasi tantangan teknis dan mendorong keberlanjutan penggunaan aplikasi tersebut. Meningkatnya pengetahuan dan kesadaran pelaku usaha menunjukkan pentingnya digitalisasi dalam memperluas jangkauan pemasaran. Program KKN juga menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat dapat memberikan dampak nyata bagi pemberdayaan UMKM desa.

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

A. Bagi UMKM

Diharapkan UMKM dapat terus memperbarui informasi bisnisnya di Google Maps, seperti jam operasional, foto produk, dan informasi kontak, agar konsumen mendapatkan informasi yang akurat dan menarik. Pelaku usaha juga disarankan untuk mendorong pelanggan memberikan ulasan positif guna meningkatkan kepercayaan publik.

B. Bagi Pemerintah Desa

Program berkelanjutan terkait literasi digital, seperti pelatihan lanjutan pemasaran digital, fotografi produk, dan penggunaan media sosial, diperlukan agar UMKM dapat berkembang secara optimal.

C. Bagi Mahasiswa atau Kampus

KKN lanjutan dapat mengembangkan pendampingan yang lebih luas, tidak hanya di Google Maps, tetapi juga di platform digital lainnya seperti marketplace, media sosial, dan sistem pembayaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM secara komprehensif.

D. Bagi Penelitian Lanjutan

Penelitian dapat diperluas dengan menganalisis dampak kuantitatif penggunaan Google Maps terhadap peningkatan penjualan atau jumlah pelanggan, untuk hasil yang lebih komprehensif dan terukur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada artikel dan jurnal yang telah dijadikan referensi dalam penyusunan aartikel ini.

DAFTAR REFERENSI

- Andriani, R., Veranita, M., Noor, C. M., Ismail, K., Fauzzia, W., Hidayat, F. A., & Parino, N. H. S. (2022). Digital marketing pada UMKM Binangkit Kabupaten Bandung internet, memanfaatkan media sosial dan perangkat digital lainnya. *JPKMI*, 2(3), 356-359. <https://doi.org/10.55606/jpkmi.v2i3.659>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Diana, L., Ariyel, J., Putri, A. N., & Sabrina, M. (2022). Pendamping pemanfaatan digital marketing melalui Google Business pada UMKM Kelurahan Kertajaya. *Jurnal Abdimas Patikala*, 2(1), 442-447. <https://doi.org/10.51574/patikala.v2i1.500>
- Lestari, A. S., Wahyuningsih, N., Maharani, N., Sanjaya, L., Putra, A. P., & Khomariah, A. (2022). Penggunaan aplikasi Google Maps dan Imooji sebagai media promosi UMKM Desa Tiyan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: DIKMAS*, 887(3), 2022. Retrieved from <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas>
- Miles, M. B. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Lexy J. Moleong.
- Puspasari, D., Utami, I. P., Wulansari, N. M., & Semita, N. L. (2025). Pemanfaatan Google Maps dan QRIS sebagai strategi digitalisasi UMKM di Desa Neglasari. *JANNAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(03), 293-302.
- Rasidin, M., Nilda, E., Novianto, W., & Syarif, D. (2024). Penyuluhan pemanfaatan Google Maps untuk meningkatkan visibilitas usaha bagi pelaku UMKM di Desa Hiang, Kecamatan Setinjau Laut. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 128-132.
- Sasongko, D., Nugroho, H. S., & Anwar, R. (2020). *Pemanfaatan media sosial dalam promosi produk UMKM: Pengaruh terhadap pengembangan usaha kecil dan menengah di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Andalas.
- Septi, S. D. N., & Ariescy, R. R. (2024). Pemanfaatan Google Maps untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2250-2255.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suryanto, A., & Wulandari, L. (2021). *Strategi pemasaran digital untuk UMKM di era digital: Meningkatkan daya saing usaha kecil melalui teknologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syafitri, R., Harly, A. Y., & Kurniawan, R. (2024). Sosialisasi dan pelatihan penggunaan QRIS dan Google Maps terhadap pengusaha nasi liwet di Desa Duwet. *Jurnal Abdimas UM Jambi*, 1(2), 93-101. <https://doi.org/10.53978/jaum.v1i2.446>
- Tanjung, S. M., Abdillah, M. O., Rayhannur, M. J., Melsya, L., & Lubis, F. R. A. (2023). Pemanfaatan Google My Business sebagai alat promosi UMKM pada pembuatan tempe di Desa Paya Gambar. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 549-556. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.443>
- Zainarti. (2021). *Manajemen sumber daya manusia: Reformulasi sumber daya manusia berkarakter Islami*. Medan: FEBI UIN-SU Press. <https://doi.org/10.31219/osf.io/khsu3>