



PENGUATAN EKONOMI LOKAL BERBASIS TEKNOLOGI MELALUI DIGITALISASI UMKM DENGAN GOOGLE MAPS DI DESA SUKANDEBI

LOCAL ECONOMIC STRENGTHENING BASED ON TECHNOLOGY THROUGH DIGITALIZATION OF MSMEs WITH GOOGLE MAPS IN SUKANDEBI VILLAGE

Imelda Saragih¹, Uswah Hasanah²

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: imeldasaragihhh@gmail.com¹, uswahhasanah@umsu.ac.id²

Article Info**Article history :**

Received : 22-10-2025

Revised : 24-10-2025

Accepted : 26-10-2025

Published : 28-10-2025

Abstract

The development of digital technology has changed the way people interact, conduct business, and access information. One sector significantly affected is Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, in many rural areas such as Sukandebi Village, Karo Regency, the utilization of digital technology is still relatively low. This Community Service Program (KKN) aims to enhance the understanding and skills of MSME actors in utilizing digital platforms such as Google Maps as a medium for promotion and market expansion. The method used is a participatory approach through observation, socialization, and hands-on training for the community. The results of the program show that MSME actors have begun to understand how to create business profiles on Google Maps and recognize its benefits in increasing business visibility. In addition, this activity also raises community awareness of the importance of digitalization in strengthening the local economy.

Keywords : *MSMEs, digitalization, Google Maps, local economy*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam berinteraksi, berbisnis, dan mengakses informasi. Salah satu sektor yang terdampak signifikan adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, di banyak daerah pedesaan seperti Desa Sukandebi, Kabupaten Karo, pemanfaatan teknologi digital masih tergolong rendah. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital seperti Google Maps sebagai media promosi dan perluasan pasar. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui observasi, sosialisasi, dan pelatihan langsung kepada masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa para pelaku UMKM mulai memahami cara membuat profil usaha di Google Maps dan menyadari manfaatnya terhadap peningkatan visibilitas usaha. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya digitalisasi dalam memperkuat ekonomi lokal. Dapat disimpulkan bahwa digitalisasi UMKM melalui Google Maps dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing ekonomi desa.

Kata kunci: *UMKM, digitalisasi, Google Maps*



PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan pengejawantahan praksis dari pilar Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian masyarakat. Di era disruptif digital dan akselerasi Revolusi Industri 4.0, KKN berfungsi sebagai *platform* strategis bagi mahasiswa (*agent of change*) untuk melakukan kontekstualisasi keilmuan dan intervensi solutif terhadap isu-isu pembangunan yang dihadapi di tingkat akar rumput. Realitasnya, masyarakat desa, terutama sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), masih dihadapkan pada disparitas teknologi yang signifikan dan kerentanan struktural ekonomi.

Desa Sukandebi, yang terletak di Kecamatan Namanteran, Kabupaten Karo, memiliki potensi ekonomi lokal yang *robust*, terutama dari produk UMKM hasil olahan dan sektor agraris. Namun, potensi ini terhambat oleh kendala klasik akses pasar (*market access*) dan minimnya visibilitas geografis (*geographical visibility*). Mayoritas pelaku usaha masih bergantung pada ekonomi konvensional (promosi *word-of-mouth*), yang secara inheren menciptakan *barrier to entry* bagi konsumen eksternal, seperti wisatawan atau *buyer* dari wilayah perkotaan. Konsekuensinya, produk berkualitas tinggi hanya beredar di lingkup komunal, membatasi jangkauan pasar (*market reach*) dan menghambat akselerasi pertumbuhan ekonomi.

Dalam paradigma ekonomi digital, solusi paling efektif, efisien, dan bersifat *low-cost high-impact* untuk mengatasi hambatan spasial ini adalah melalui digitalisasi UMKM. Merujuk data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023), adopsi teknologi telah terbukti mampu meningkatkan omzet hingga 30% berkat perluasan ekosistem pasar. Intervensi yang paling strategis adalah pemanfaatan *platform* yang mudah diakses dan gratis, yaitu Google Maps dan Google My Business (GMB). Platform GMB berfungsi sebagai “*etalase digital*” dan *virtual storefront* bagi UMKM di pelosok, memberikan mereka kemampuan untuk mencapai status *discoverability* yang setara dengan bisnis besar, karena calon pembeli dapat menemukan lokasi usaha secara presisi melalui pemetaan geospasial.

Pelaksanaan KKN Tematik dengan fokus Ekonomi dan Kewirausahaan ini menjadi mekanisme *bridging* bagi mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Kami mengemban peran ganda untuk melakukan transfer *knowledge* dan implementasi teknologi, menjembatani *digital divide* antara pelaku usaha tradisional dengan kebutuhan pasar kontemporer. Program yang bertajuk “Penguatan Ekonomi Lokal Berbasis Teknologi Melalui Digitalisasi UMKM dengan Google Maps di Desa Sukandebi” ini secara spesifik berupaya menjadikan teknologi sebagai faktor *leverage* utama dalam penguatan ekonomi lokal dan peningkatan daya saing komparatif UMKM di Kabupaten Karo. Oleh karena itu, penelitian pengabdian ini hadir sebagai dokumentasi praksis yang bertujuan menganalisis efektivitas dan dampak strategis dari digitalisasi sederhana ini terhadap akselerasi pertumbuhan ekonomi pelaku UMKM di Desa Sukandebi.

METODE PENELITIAN

Kegiatan KKN dilaksanakan di Desa Sukandebi, Kecamatan Namanteran, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Kegiatan berlangsung selama periode KKN Mandiri UMSU 2025. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah Pembelajaran Partisipatif (*Participatory Learning*) dan Pendampingan Individu (*One-on-One Coaching*). Pendekatan menggunakan tema “Ekonomi dan Kewirausahaan”. Mahasiswa KKN berfungsi sebagai fasilitator dan *coaching partner* yang mengedepankan komunikasi dua arah. Target Sasaran pada penelitian ini adalah pelaku UMKM di Desa Sukandebi, termasuk usaha makanan, kerajinan, dan jasa.



Tahapan pelaksanaan program dibagi menjadi tiga fokus utama: Tahap Sosialisasi dan Orientasi: Melakukan survei awal untuk memetakan UMKM yang potensial dan siap didigitalisasi. Sosialisasi mengenai pentingnya *digital presence* dan *online visibility* bagi UMKM di era pariwisata. Tahap Implementasi Inti (Digitalisasi UMKM): Pelatihan GMB: Pelatihan intensif mengenai langkah-langkah pendaftaran akun Google Bisnisku. Optimasi Peta: Pendampingan dalam menambahkan dan mengoptimalkan titik lokasi MKM di Google Maps (mengunggah foto produk, jam operasional, dan kontak). Edukasi *Review*: Pelatihan tentang pentingnya manajemen ulasan *online (online review management)* sebagai kunci *trust* dan *word-of-mouth* digital. Tahap Program Suplemen (Non-Ekonomi): Edukasi Sosial: Sosialisasi bahaya *bullying* kepada siswa/i SD Negeri 040480 Sukandebi. Aksi Sosial: Kegiatan gotong royong pembersihan lingkungan dan fasilitas umum (kamar mandi umum, posko KKN) sebagai upaya menumbuhkan kesadaran kolektif terhadap kebersihan dan kesehatan lingkungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program KKN Mandiri ini memfokuskan intervensi pada digitalisasi UMKM Desa Sukandebi sebagai *leverage* utama penguatan ekonomi lokal. Implementasi difokuskan pada Google Maps dan Google My Business (GMB), sebuah *platform* yang terbukti menjadi solusi *low-cost* namun berdampak tinggi (*high-impact*) untuk mengatasi hambatan spasial. Dalam kegiatan ini penulis juga memiliki kegiatan lain diantaranya;

1. Perkenalan dan Mengajar di SD Negeri 040480 Sukandebi

Kegiatan ini dilaksanakan di SD Negeri 040480 Sukandebi, pada hari Senin, 1 September 2025. Pada kegiatan ini penulis dan rekan lainnya memperkenalkan diri agar lebih dekan dengan pesera didik dan mengajar beberapa Pelajaran di sekolah tersebut.

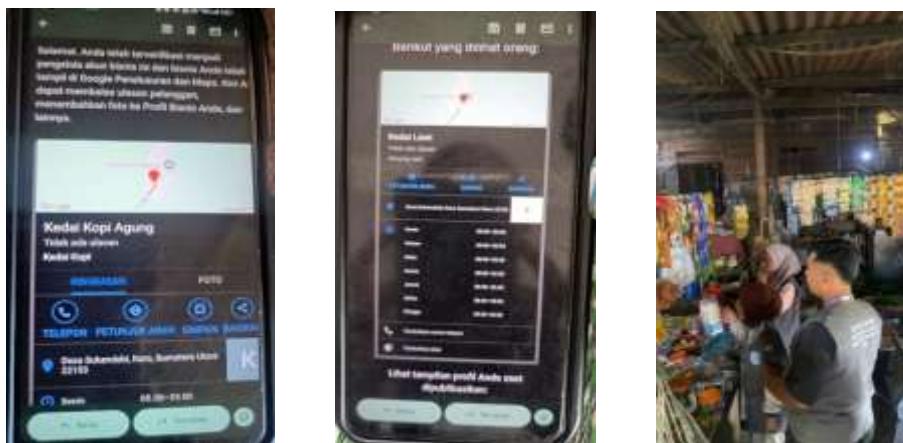


Gambar 1. Kegiatan Perkenalan dan Mengajar di SD Negeri 040480 Sukandebi

2. Membuat Digitalisasi UMKM dengan Mencantumkan Google Maps

Kegiatan ini dilaksakan di Kelurahan Sukandebi pada hari Selasa, 2 September 2025. Pada kegiatan ini penulis dan 6 rekan lainnya membuat digitalisasi UMKM dengan mencantumkan Google Maps untuk mempermudah pelaku usaha dalam mempromosikan UMKM mereka.





Gambar 2. Kegiatan Membuat Digitalisasi UMKM dengan Google Maps

3. Gotong-Royong Bersama dan Pembersihan lingkungan

Kegiatan ini dilaksanakan di dekat Jambur posko KKN pada hari Rabu, 3 September 2025. Pada kegiatan ini penulis dan rekan-rekan lainnya di bantu juga Oleh Kepala Desa beramai – ramai melaksanakan kegiatan gotong – toyong ini agar di daerah tersebut menjadi lebih asri dan bersih.



Gambar 3. Kegiatan Gotong Royong Bersama

4. Tablig Akbar Maulid Nabi

Kegiatan ini dilaksanakan di Mesjid Al-Ikhlas Desa Sukandebi pada harikamis, 4 September 2025. Kegiatan ini dihadiri oleh Kepala Desa, 1 Kepala BKM, 10 Panitian Remaja Mesjid, dan 100 warga Sukandebi. Pada kegiatan ini semua beramai ramai memperingati Maulid Nabi.



Gambar 4. Kegiatan Tablig Akbar Maulid Nabi



5. Memanen Usaha Jagung dan Terong

Kegiatan ini laksanakan pada hari jumat, 5 September 2025, di Juma Sungai, Jl. Law Kawar. Pada kegiatan ini penulis membantu Masyarakat setempat untuk memanen Jagung dan Terong.



Gambar 5 kegiatan memanen usaha jagung dan terong

Hasil peningkatan visibilitas geospasial dan aksesibilitas pasar menunjukkan perubahan fundamental pada status UMKM yang menjadi target. Titik lokasi dua pelaku usaha lokal berhasil diverifikasi dan dipublikasikan secara akurat di Google Maps. Peningkatan *status geografis online* ini memiliki implikasi strategis: 1) *Digital Discoverability*: UMKM kini dapat ditemukan secara *online* oleh calon konsumen, khususnya wisatawan dari luar Kabupaten Karo. Kemudahan menemukan rute dan informasi kontak usaha melalui Google Maps secara langsung memangkas rantai distribusi informasi konvensional (*word-of-mouth*). 2) *Digital Marketing Leverage*: Keberadaan di GMB memberikan UMKM platform *digital marketing* gratis yang *up-to-date*. Pelaku usaha dibimbing untuk mengunggah foto produk, membuat *post* promosi, dan memantau interaksi konsumen. Ini merupakan modal *basic digitalisasi* sebelum mereka *go-to-market* ke *e-commerce* yang lebih kompleks. 3) *Penguatan Citra dan Credibility*: *Listing* di Google Maps membuat UMKM Desa Sukandebi diakui sebagai destinasi yang *credible* dan *verifiable*. Ketika konsumen mencari kata kunci "tempat makan" atau "oleh-oleh" di Kecamatan Namanteran, usaha lokal desa akan muncul, sehingga daya saing komparatif mereka terhadap usaha di pusat kota menjadi meningkat. Hasil ini selaras dengan konsep *ekonomi pariwisata berbasis teknologi*, di mana *online presence* secara langsung memengaruhi *foot traffic* dan *sales revenue* (Anggraini & Mulyati, 2023).

Hasil peningkatan literasi digital dan semangat kewirausahaan dalam kegiatan sosialisasi dan pendampingan digitalisasi UMKM berhasil meningkatkan literasi digital masyarakat. Pelaku usaha mulai memahami bahwa teknologi bukan sekadar alat komunikasi, tetapi instrumen bisnis yang dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omzet. *Awareness* ini penting sebagai fondasi semangat kewirausahaan (*entrepreneurial spirit*). Program ini membuktikan bahwa mahasiswa memiliki peran strategis sebagai *technology mediator* untuk menjembatani *digital divide* antara pelaku usaha tradisional dan pasar modern.

Dampak kultural dan sosial meskipun fokus utama KKN adalah ekonomi, program suplemen yang dilaksanakan turut memberikan kontribusi signifikan terhadap penguatan nilai sosial dan *soft skill* di masyarakat. 1) *Penguatan Etika Sosial dan Psikologis*: Kegiatan mengajar dan sosialisasi bahaya *bullying* di SD Negeri 040480 Sukandebi berhasil meningkatkan *awareness* siswa terhadap isu etika sosial dan psikologis. Intervensi ini esensial untuk membentuk lingkungan sekolah yang suportif dan inklusif, mengurangi potensi *social conflict*, dan mempromosikan *well-being* siswa. 2) *Peningkatan Kohesi Sosial dan Lingkungan*: Keikutsertaan aktif mahasiswa dalam kegiatan keagamaan (seperti Maulid Nabi di Masjid



Al-Ikhlas) dan gotong royong pembersihan lingkungan (termasuk posko KKN dan fasilitas umum) berhasil memobilisasi kesadaran kolektif masyarakat terhadap kebersihan dan kesehatan lingkungan. Kegiatan ini juga memperkuat kohesi sosial dan kerja sama sosial antara masyarakat dan mahasiswa, sesuai dengan nilai-nilai kemasyarakatan.

Hasil dari Analisis Hambatan *Technology Adoption* meskipun pencapaiannya signifikan, implementasi KKN juga menemui hambatan utama yang bersifat struktural dan edukatif: keterbatasan edukasi awal mengenai teknologi dan *digital marketing* di kalangan pelaku UMKM, serta tingkat literasi digital yang heterogen. Hal ini menunjukkan bahwa pembelajaran tidak bisa bersifat *workshop* masif; dibutuhkan pendampingan yang lebih intensif (*coaching*) dan bersifat *basic* bagi UMKM tradisional. Temuan ini menegaskan perlunya penyediaan *training material* yang sangat sederhana dan visual untuk memfasilitasi *technology adoption* (Harahap & Nasution, 2024).

Faktor pendukung seperti partisipasi aktif dan keramahan masyarakat serta dukungan perangkat desa merupakan modal sosial (*social capital*) yang kuat untuk keberlanjutan program. Namun, agar digitalisasi ini benar-benar berdampak pada peningkatan *sales revenue* secara berkelanjutan, diperlukan langkah *follow-up*: 1) Fokus Manajemen Konten: UMKM harus didampingi dalam pengelolaan ulasan *online* (*review management*) dan pembuatan konten produk yang menarik (*visual branding*). 2) Transisi ke *E-commerce*: Keterampilan GMB harus ditindaklanjuti dengan pelatihan *e-commerce* tingkat lanjut (misalnya *marketplace* lokal atau *social commerce*) untuk mengkonversi *online presence* menjadi transaksi finansial. 3) Penguatan Jaringan: Pemerintah desa perlu memfasilitasi ketersediaan jaringan internet yang merata dan mengintegrasikan UMKM yang terdigitalisasi ke dalam program promosi pariwisata desa secara resmi.

KESIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tema penguatan ekonomi melalui digitalisasi UMKM berbasis Google Maps di Desa Sukandebi memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital masyarakat dan visibilitas usaha lokal. Pelaku UMKM mulai mampu menggunakan teknologi secara mandiri untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat luas. Program ini juga memperlihatkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat desa dapat menjadi langkah strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D., & Mulyati, S. (2023). Peran Digitalisasi Melalui Google Bisnisku dalam Peningkatan Penjualan UMKM di Era Pandemi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 150–162.
- Harahap, F. S., & Nasution, A. H. (2024). Analisis Efektivitas Google Maps sebagai Media Promosi Geografis bagi Usaha Mikro. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 9(1), 88–101.
- Hidayat, R. (2021). *Transformasi Digital UMKM di Era Industri 4.0*. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 45–52.
- Lubis, A. R. (2022). Strategi Pemasaran Digital Sederhana untuk UMKM Desa: Pelatihan Google My Business. *Prosiding Seminar Nasional UMSU*.
- Setiawan, B. (2025). *Asset-Based Community Development (ABCD)* dalam Pemberdayaan Ekonomi Desa. *Jurnal Pengembangan Komunitas*, 10(4), 300–315.



Simanjuntak, H. (2023). Pengaruh Literasi Digital terhadap Daya Saing Produk Lokal di Kabupaten Karo. *Jurnal Ekonomi Pariwisata*, 15(3), 45–60.

Suryani, T. (2022). *Pemanfaatan Google My Business sebagai Media Pemasaran UMKM di Daerah Pedesaan*. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(1), 10–18.