

Sosialisasi Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Dengan Platform Digital Dan Penandaan Lokasi UMKM

Jefrika Adha Mukhti¹, Bungasani Tarihoran², Ibnu Sina³, Wulandari⁴

^{1,2,3,4}) Universitas Bina Bangsa

jefri300104@gmail.com

ABSTRAK: Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui pemanfaatan platform digital dan penandaan lokasi usaha. Latar belakang kegiatan berangkat dari masih rendahnya literasi digital pelaku UMKM, terbatasnya strategi pemasaran berbasis teknologi, serta belum optimalnya penggunaan *location tagging* pada platform digital yang dapat membantu konsumen menemukan usaha mereka. Kegiatan dilaksanakan pada 26 Juli 2025 di Kampung Kadupayung, Desa Bama, Kecamatan Pagelaran, dengan melibatkan 20 warga pelaku UMKM. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan literasi digital, praktik pembuatan akun usaha pada marketplace dan media sosial, pendampingan penandaan lokasi melalui Google Maps dan Google My Business, serta evaluasi capaian. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta tentang digital marketing, sebagian besar berhasil membuat akun usaha online, dan 20 peserta telah mendaftarkan lokasi usahanya secara digital. Program ini terbukti efektif dalam memperkuat posisi UMKM di pasar digital serta meningkatkan aksesibilitas usaha bagi konsumen.

Kata kunci : Sosialisasi, Daya Saing, UMKM, Platform Digital

ABSTRACT: *This Community Service (PkM) program aims to improve the competitiveness of MSMEs through the use of digital platforms and business location tagging. The program stems from the low digital literacy of MSMEs, limited technology-based marketing strategies, and the suboptimal use of location tagging on digital platforms to help consumers find their businesses. The program took place on July 26, 2025, in Kadupayung Hamlet, Bama Village, Pagelaran District, and involved 20 MSMEs. The implementation method included outreach, digital literacy training, practical training on creating business accounts on marketplaces and social media, assistance with location tagging through Google Maps and Google My Business, and evaluation of outcomes. The program results showed an increase in participants' understanding of digital marketing, with the majority successfully creating online business accounts, and 20 participants registering their business locations digitally. This program has proven effective in strengthening the position of MSMEs in the digital marketplace and increasing business accessibility for consumers.*

Keywords: *Outreach, Competitiveness, MSMEs, Digital Platform*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penggerak ekonomi lokal, pencipta lapangan kerja, serta sarana pemberdayaan masyarakat (Meilantika & Sihotang, 2024). Namun, daya saing UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, di antaranya keterbatasan akses pasar, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta minimnya strategi pemasaran berbasis lokasi (Octiva et al., 2024; Simangunsong, 2022). Kondisi ini menyebabkan

banyak produk UMKM kurang dikenal secara luas, meskipun memiliki kualitas dan potensi yang kompetitif. (Sedyastuti, 2018; Sianturi, 2020)

Di era transformasi digital, pemanfaatan platform online menjadi kebutuhan strategis bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan memperkuat branding (Evangeulista et al., 2023; Sifwah et al., 2024). Salah satu langkah inovatif yang dapat dilakukan adalah integrasi pemasaran digital dengan penandaan lokasi (*location tagging*) UMKM (Qihaj et al., n.d.). Dengan adanya penandaan lokasi pada platform digital, konsumen lebih mudah menemukan keberadaan UMKM, baik melalui mesin pencari, media sosial, maupun aplikasi peta digital. Hal ini dapat mendorong peningkatan kunjungan konsumen, memperkuat jaringan distribusi, sekaligus membangun identitas UMKM berbasis kearifan lokal.

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini difokuskan pada upaya peningkatan daya saing UMKM melalui pemanfaatan platform digital dan penandaan lokasi. Program dirancang untuk memberikan pelatihan keterampilan digital, pendampingan pembuatan akun usaha di marketplace dan media sosial, serta penerapan strategi penandaan lokasi di Google Maps, aplikasi navigasi, maupun konten digital. Dengan demikian, UMKM diharapkan mampu mengoptimalkan peluang pasar digital, memperluas jaringan konsumen, serta meningkatkan nilai ekonomi produk. Melalui kegiatan ini, UMKM tidak hanya ditargetkan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun keberlanjutan usaha berbasis teknologi digital. Penerapan strategi digital marketing dan location tagging diyakini dapat menjadi solusi tepat dalam menghadapi persaingan global, sekaligus mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya pada aspek pertumbuhan ekonomi inklusif dan pemberdayaan masyarakat.

PERMASALAHAN

Meskipun UMKM memiliki peran penting sebagai penggerak ekonomi lokal, banyak pelaku usaha masih menghadapi kendala serius dalam meningkatkan daya saing. Sebagian besar UMKM belum optimal memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran, sehingga jangkauan pasar produk mereka masih terbatas pada lingkup lokal. Rendahnya literasi digital menjadi faktor utama yang menghambat pemanfaatan media sosial, marketplace, maupun aplikasi berbasis teknologi untuk memperkenalkan produk secara lebih luas.

Selain itu, strategi pemasaran yang diterapkan UMKM cenderung masih konvensional dan kurang terintegrasi dengan teknologi modern. Salah satu aspek yang sering terabaikan adalah penandaan lokasi usaha pada platform digital, seperti Google Maps atau aplikasi navigasi lainnya. Padahal, keberadaan penandaan lokasi sangat penting untuk mempermudah konsumen menemukan produk dan meningkatkan visibilitas UMKM di ruang digital. Minimnya perhatian pada aspek ini membuat UMKM kehilangan peluang untuk menarik lebih banyak konsumen dan memperluas jaringan pasar.

Kendala lain yang muncul adalah keterbatasan dalam pengelolaan branding dan identitas usaha. Banyak UMKM yang belum memiliki citra usaha yang kuat dan mudah dikenali di platform digital. Kondisi ini diperparah dengan kurangnya pendampingan berkelanjutan dalam pengelolaan akun usaha, pembuatan konten, hingga integrasi strategi pemasaran berbasis lokasi. Akibatnya, produk UMKM sulit bersaing dengan produk lain yang telah lebih dahulu memanfaatkan strategi digital marketing secara profesional.

Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan perlunya intervensi melalui program pemberdayaan berbasis digital, yang tidak hanya meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola platform online, tetapi juga memperkuat posisi usaha mereka melalui penandaan lokasi. Dengan demikian, UMKM dapat memperoleh peluang pasar yang lebih luas, memperkuat branding, dan meningkatkan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada 26 Juli 2025, bertempat di Kampung Kadupayung, Desa Bama, Kecamatan Pagelaran, dengan peserta sebanyak 20 warga yang merupakan pelaku UMKM dan masyarakat setempat, Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis yang dirancang untuk menjawab permasalahan mitra UMKM terkait pemanfaatan platform digital dan penandaan lokasi.

PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di desa mitra yang menjadi sentra UMKM, dengan melibatkan pelaku usaha mikro yang bergerak di berbagai dengan tahapan taahapan kegiatan yang meliputi.

Sosialisasi dan Analisis Kebutuhan Tahap awal dilakukan dengan survei lapangan dan wawancara bersama pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan utama, tingkat literasi digital, serta hambatan yang dihadapi dalam pemasaran produk. Sosialisasi juga memberikan pemahaman tentang pentingnya digital marketing dan location tagging bagi daya saing usaha.

Pelatihan Peningkatan Kapasitas Digital Kegiatan pelatihan meliputi pembuatan akun usaha pada marketplace (Shopee, Tokopedia) dan media sosial (Instagram, Facebook), teknik fotografi produk, pembuatan konten kreatif, serta pengelolaan branding digital. Materi diberikan dalam bentuk modul sederhana yang mudah dipahami oleh pelaku UMKM.



Gambar 1. Kegiatan pelaksanaan PkM

Pendampingan Penandaan Lokasi UMKM Pada tahap ini, UMKM didampingi dalam melakukan *location tagging* melalui Google Maps, Google My Business, dan integrasi lokasi pada akun media sosial. Pendampingan juga mencakup optimalisasi profil usaha sehingga mudah ditemukan konsumen melalui pencarian berbasis lokasi.

Implementasi Strategi Digital Marketing Setelah pelatihan, UMKM diarahkan untuk mempraktikkan strategi pemasaran digital secara langsung, termasuk penggunaan fitur promosi, iklan berbayar sederhana, serta integrasi lokasi dengan konten promosi. Mahasiswa KKN/Pendamping terlibat aktif dalam membantu proses implementasi.

Monitoring dan Evaluasi Monitoring dilakukan secara berkala untuk menilai perkembangan keterampilan peserta dalam mengelola platform digital dan memanfaatkan penandaan lokasi. Evaluasi difokuskan pada indikator peningkatan literasi digital, penguasaan pemasaran online, keterlihatan usaha di platform digital, serta peningkatan transaksi penjualan.

HASIL DAN LUARAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berjalan dengan baik dan mendapatkan partisipasi aktif dari 20 warga yang mayoritas merupakan pelaku UMKM skala rumah tangga. Peserta kegiatan menunjukkan peningkatan literasi digital yang cukup signifikan. Mereka mulai memahami dasar-dasar pemasaran digital, termasuk manfaat penggunaan platform online dan pentingnya penandaan lokasi usaha. Antusiasme peserta terlihat jelas saat mengikuti sesi diskusi dan tanya jawab, di mana mereka aktif mengajukan pertanyaan terkait strategi pemasaran yang sesuai dengan usaha masing-masing.

Selain itu, sebagian besar peserta telah berhasil membuat akun usaha pada media sosial seperti Facebook dan Instagram, serta marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Keberhasilan ini menjadi langkah awal penting bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus memperkenalkan produk mereka secara lebih luas kepada konsumen melalui media digital. Hasil lain yang dicapai adalah keberhasilan peserta dalam melakukan penandaan lokasi usaha. 20 peserta berhasil mendaftarkan lokasi UMKM mereka pada Google Maps dan Google My Business. Upaya ini memberi dampak positif karena konsumen akan lebih mudah menemukan usaha mereka melalui pencarian digital, sementara peserta lain yang belum berhasil akan mendapatkan pendampingan lanjutan.

Secara umum, kegiatan ini memberikan hasil nyata berupa peningkatan kemampuan warga dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Penerapan platform digital dan penandaan lokasi terbukti menjadi strategi yang relevan untuk memperkuat daya saing UMKM di era digital.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan pada tanggal 26 Juli 2025 di Kampung Kadupayung, Desa Bama, Kecamatan Pagelaran dengan melibatkan 20 warga pelaku UMKM telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif. Melalui rangkaian kegiatan berupa sosialisasi, pelatihan literasi digital, praktik pembuatan akun usaha, serta pendampingan penandaan lokasi, peserta memperoleh keterampilan baru yang relevan dengan kebutuhan pemasaran di era digital. Peserta tidak hanya memahami konsep dasar digital marketing, tetapi juga mampu mempraktikkannya melalui pembuatan akun media sosial, marketplace, serta penandaan lokasi usaha di Google Maps. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan dan motivasi warga dalam mengelola usaha berbasis digital, sehingga produk UMKM lebih mudah diakses dan ditemukan oleh konsumen.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan daya saing UMKM lokal melalui pemanfaatan platform digital dan strategi *location tagging*. Ke depan, keberlanjutan program dapat didorong melalui pembentukan kelompok digital UMKM desa yang menjadi wadah belajar bersama, pendampingan lanjutan, serta penguatan peran koperasi dan perangkat desa sebagai fasilitator. Dengan demikian, kegiatan PkM ini memberikan kontribusi nyata bagi pemberdayaan masyarakat dan penguatan ekonomi lokal berbasis teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. 2023. Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 33–42.
- Meilantika, F. R., & Sihotang, L. 2024. UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 188–193.
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815–821.
- Qihaj, D. F., Auliarachim, H. N., & Mansurina, S. A. R. (n.d.). Digitalisasi Pemasaran UMKM Desa Puntukdoro Berbasis Web dan Geotagging untuk Penguatan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, Dan Teknologi Tepat Guna*, 3(1), 148–159.
- Sedyastuti, K. 2018. Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
- Sianturi, R. D. 2020. Manajemen pemasaran menggunakan analisis SWOT pada UMKM guna meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. 2024. Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118.
- Simangunsong, B. Y. P. 2022. Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 25–39.

