

---

---

## DIGITALISASI PEMASARAN UMKM BUDIDAYA JAMUR MELALUI INTEGRASI GOOGLE MAPS DAN BRANDING VISUAL DI DESA KADUNUNGGAL KECAMATAN KALAPANUNGGAL KABUPATEN SUKABUMI

M. Retno Daru Dewi<sup>1</sup>

STISIP Widyapuri Mandiri, mretnostisip@gmail.com

Ahmad Hidayat<sup>2</sup>

STISIP Widyapuri Mandiri, ahmadhidayat@stisipwidyapuri-smi.ac.id

### *Abstract*

*This community service addresses the critical issue of **limited market access and low digital visibility** faced by the local Small and Medium Enterprise (UMKM) of mushroom cultivation in Kadununggal Village, Sukabumi Regency. Despite the high potential for production, the enterprise operated traditionally, lacking a digital footprint and clear visual branding. The primary objective of this project was to enhance the UMKM's capacity for market expansion through digital empowerment. The method employed was a participatory approach, consisting of direct consultation, branding design, and the technical implementation of digital tools, executed over one month (August 4 to August 27, 2025). The program resulted in two measurable outputs: **the creation of a detailed Google Maps profile** for the mushroom cultivation site, allowing external customers easy navigation and verification; and **the provision and installation of a professional business banner** (visual branding). These outputs successfully transformed the UMKM's identity from a local offline business to one with crucial digital visibility. The implementation effectively provided the UMKM management with a foundational digital marketing tool, thereby overcoming the traditional marketing constraints and contributing directly to the enterprise's sustainability.*

**Keywords:** *UMKM digital, Google Maps, Visual branding, market access kadununggal*

### **Abstrak**

*Pengabdian masyarakat ini bertujuan mengatasi isu kritis **keterbatasan akses pasar dan minimnya visibilitas digital** yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Budidaya Jamur di Desa Kadununggal, Kabupaten Sukabumi. Meskipun memiliki potensi produksi yang tinggi, usaha ini beroperasi secara tradisional, tanpa jejak digital dan branding visual yang jelas. Tujuan utama KKM ini adalah untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam perluasan pasar melalui pemberdayaan digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, yang meliputi konsultasi langsung, perancangan branding,*

dan implementasi teknis perangkat digital, dilaksanakan selama satu bulan (4 hingga 27 Agustus 2025). Program ini menghasilkan dua luaran terukur **pembuatan profil Google Maps yang detail** untuk lokasi budidaya jamur, yang memungkinkan pelanggan eksternal melakukan navigasi dan verifikasi; dan **penyediaan serta pemasangan banner usaha** (branding visual) yang profesional. Luaran ini berhasil mentransformasi identitas UMKM dari bisnis offline yang terbatas menjadi usaha dengan visibilitas digital yang penting. Implementasi ini secara efektif membekali pengelola UMKM dengan perangkat pemasaran digital dasar, sehingga mengatasi kendala pemasaran tradisional dan berkontribusi langsung pada keberlanjutan usaha.

**Kata Kunci:** UMKM digital, Google Maps, branding visual, akses pasar Kadununggal

---

Submitted: 23-12-2025 | Accepted: 23-12-2025 | Published: 31-12-2025

---

## A. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) merupakan bagian integral dan wajib dari implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian kepada Masyarakat. Pengabdian Masyarakat bertujuan memberikan pengalaman belajar kontekstual dan interaktif kepada mahasiswa di tengah masyarakat sebagai agen perubahan (*agent of change*). KKM Tematik Kelompok VII STISIP Widyapuri Mandiri Sukabumi dilaksanakan di Desa Kadununggal, Kecamatan Kalapanunggal, Kabupaten Sukabumi, selama satu bulan terhitung dari tanggal 4 hingga 27 Agustus 2025. Keberadaan KKM di wilayah ini diharapkan mampu menjembatani kesenjangan antara teori akademik dan praktik solusi. Kesenjangan atas berbagai permasalahan ekonomi, dan mendukung program pembangunan desa yang berkelanjutan. Fokus pengabdian ini dispesifikan untuk mengatasi permasalahan di sektor ekonomi, yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lokal.

Desa Kadununggal merupakan desa yang baru dimekarkan. Desa ini masih menghadapi tantangan struktural dan kultural. Potensi sumber daya yang dimilikinya perlu dioptimalkan. Secara geografis, desa ini memiliki potensi di bidang industri rumah tangga. Industri Rumah tangga seperti budidaya jamur dan keripik. Industri rumah tangga dan pabrik keripik menunjukkan adanya basis ekonomi lokal yang kuat.

Analisis Situasi dan Permasalahan Prioritas UMKM Digital Desa Kadununggal memiliki basis ekonomi lokal yang kuat, ditandai dengan adanya industri rumah tangga seperti pabrik keripik dan UMKM Budidaya Jamur di Kampung Panyindangan. Meskipun memiliki potensi produksi yang tinggi, usaha ini menghadapi kendala kritis terkait pemasaran dan visibilitas. Permasalahan utama yang teridentifikasi adalah: (1) Keterbatasan Pemasaran Tradisional: Pemasaran produk jamur masih terbatas pada area lokal, menghambat potensi pertumbuhan ekonomi. (2) Minimnya Identitas Digital dan Visual: UMKM beroperasi tanpa identitas digital (profil di platform navigasi seperti Google Maps) dan minimnya branding visual (banner atau papan nama) yang memadai.

Di tengah era Revolusi Industri 4.0, adopsi teknologi digital menjadi keniscayaan untuk meningkatkan daya saing UMKM. Ketiadaan jejak digital membuat usaha sulit ditemukan oleh calon pembeli dari luar daerah, menghambat potensi kunjungan langsung dan kerjasama bisnis. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi yang fokus pada pendampingan digitalisasi sebagai upaya peningkatan kapabilitas kewirausahaan masyarakat.

Tujuan dan Prosedur Kerja Pengabdian Tujuan utama kegiatan KKM Tematik ini adalah meningkatkan akses pasar dan visibilitas UMKM Budidaya Jamur melalui integrasi branding visual dan digitalisasi (*Google Maps*). Pendekatan yang digunakan adalah Aksi Partisipatif (*Participatory Action*). Prosedur kerja yang ditempuh meliputi: (1) Survei dan analisis kebutuhan; (2) Implementasi teknis (pembuatan profil *Google Maps* dan perancangan banner); dan (3) Penyerahan dan edukasi penggunaan produk digital kepada pengelola.

Oleh karena itu, intervensi KKM Tematik yang difokuskan pada digitalisasi UMKM di Desa Kadununggal ini tidak hanya berorientasi pada penyelesaian masalah teknis pemasaran, tetapi juga pada transfer pengetahuan, peningkatan kemandirian, dan penciptaan *local economic resilience*. Implementasi *Google Maps* dan *branding* visual bertujuan memastikan produk jamur memiliki daya saing dan jangkauan yang lebih luas, melampaui batas geografis desa. Artikel ini selanjutnya akan menyajikan secara rinci metode pelaksanaan program aksi partisipatif yang

telah dilakukan, hasil dan pembahasan yang fokus pada luaran digitalisasi UMKM, serta kesimpulan yang memberikan rekomendasi tindak lanjut bagi keberlanjutan ekonomi desa.

## **B. PELAKSANAAN DAN METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan **Aksi Partisipatif (*Participatory Action*)** yang berfokus pada intervensi teknis dan pendampingan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan **Aksi Partisipatif (*Participatory Action*)**, yang berfokus pada intervensi teknis dan pendampingan UMKM. Pendekatan ini memungkinkan tim KKM untuk bekerja sama secara langsung dengan pengelola UMKM Budidaya Jamur di Kampung Panyindangan, memastikan bahwa solusi digital yang diterapkan relevan dan dapat berkelanjutan setelah program KKM berakhir. Periode pelaksanaan secara keseluruhan dibagi menjadi tiga tahapan utama: Persiapan, Implementasi, dan Evaluasi/Tindak Lanjut.

Tahap awal program adalah **Tahap Persiapan**, yang dilaksanakan pada awal Agustus 2025. Proses ini diawali dengan **Survei dan Analisis Kebutuhan** melalui wawancara mendalam dengan pengelola UMKM. Tujuannya adalah untuk memverifikasi secara langsung kendala pemasaran yang dihadapi (keterbatasan jangkauan dan minimnya identitas visual) dan mengidentifikasi kebutuhan spesifik digitalisasi. Berdasarkan hasil survei, tim kemudian melakukan **Penyusunan Program Kerja** yang terperinci. Program kerja ini merumuskan

langkah-langkah konkret digitalisasi, meliputi perancangan desain *banner* usaha yang profesional (sebagai *branding* visual) dan pengumpulan data koordinat lokasi usaha yang akurat untuk didaftarkan pada *platform* Google Maps.

**Tahap Implementasi** program dilaksanakan sepanjang periode KKM (4 - 27 Agustus 2025). Tahap ini melibatkan dua kegiatan utama: **Pendampingan Branding dan Pemasangan Fisik** serta **Digitalisasi Lokasi Usaha**. Pertama, tim melakukan

perancangan dan pemasangan *banner* usaha yang berfungsi sebagai penanda fisik dan alat promosi *offline*. Kedua, mahasiswa melakukan proses teknis pendaftaran, verifikasi, dan optimalisasi profil UMKM Budidaya Jamur pada *platform* Google Maps. Setelah seluruh proses digitalisasi selesai, tahap akhir adalah **Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut** pada akhir Agustus 2025. Evaluasi dilakukan untuk memastikan profil digital dapat diakses dengan mudah dan pengelola UMKM memahami cara kerjanya, diakhiri dengan penyerahan *banner* dan akses profil Gmaps secara resmi sebagai luaran program.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberhasilan utama pengabdian ini adalah **peningkatan kapasitas digital dan visibilitas UMKM Budidaya Jamur** di Kampung Panyindangan. Sektor ini yang sebelumnya terkendala oleh minimnya strategi pemasaran modern kini memiliki fondasi digital yang kuat untuk memperluas jangkauan pasar. Intervensi ini berhasil mentransformasi cara pandang pengelola UMKM terhadap pemasaran, mengubah fokus dari penjualan yang hanya mengandalkan jaringan lokal menjadi potensi akses pasar yang lebih luas. Peningkatan kapasitas ini diukur melalui dua luaran konkret. Pertama, dari aspek fisik dan *branding* visual, tim KKM merancang dan memasang *banner* usaha yang berfungsi sebagai identitas visual (*point of interest*) dan alat promosi *offline*. Pemasangan *banner* secara simbolis menandai dimulainya upaya profesionalisasi usaha mikro, memberikan penanda resmi yang memudahkan calon pembeli menemukan lokasi usaha secara fisik.

#### **Pendampingan Branding dan Visual Usaha (Pemasangan Banner)**

Tim KKM melakukan intervensi *branding* dasar dengan merancang dan menyediakan *banner* usaha bagi UMKM Budidaya Jamur. *Banner* ini berfungsi sebagai identitas visual (*point of interest*) dan alat promosi fisik yang sebelumnya tidak dimiliki. Kegiatan ini merupakan indikator terukur dalam aspek peningkatan daya tarik visual usaha, memastikan bahwa lokasi budidaya jamur tidak hanya dikenal secara lisan tetapi juga memiliki penanda resmi yang memudahkan calon

pembeli. Pemasangan *banner* ini secara simbolis menandai dimulainya upaya profesionalisasi usaha mikro ini.



*Gambar 1: Peningkatan kapasitas Digital UMKM Budidaya Jamur*



*Gambar 2: Banner UMKM Budidaya Jamur*

Luaran yang kedua sekaligus yang paling krusial adalah **Digitalisasi Lokasi Usaha** melalui *platform* Google Maps. Mahasiswa berhasil mendaftarkan dan mengoptimalkan profil UMKM Budidaya Jamur Kp. Panyindangan di Google Maps, sebuah langkah strategis untuk mengatasi hambatan pemasaran tradisional. Pembuatan titik lokasi di Google Maps ini sangat penting karena menyediakan informasi akurat berupa koordinat dan kategori bisnis, memungkinkan calon pelanggan atau *reseller* dari luar daerah dapat dengan mudah mencari dan menavigasi ke lokasi budidaya. Keberhasilan integrasi *branding* visual (*banner*) dan digitalisasi lokasi secara efektif meningkatkan kredibilitas usaha, memberikan kesan

profesional, dan membuka saluran untuk ulasan daring, yang pada akhirnya diharapkan dapat mendorong peningkatan volume penjualan dan memperluas jaringan distribusi UMKM Budidaya Jamur

**Optimalisasi Pemasaran dan Jangkauan Pelanggan melalui Platform Digital (Google Maps)**, Langkah krusial berikutnya adalah digitalisasi lokasi usaha. Mahasiswa berhasil **membuat profil *Google Maps*** untuk UMKM Budidaya Jamur di Kp. Panyindangan. Pembuatan titik lokasi di Google Maps ini sangat strategis karena **meningkatkan Visibilitas** Calon pelanggan atau pembeli dari luar daerah dapat dengan mudah mencari, menemukan, dan menavigasi ke lokasi UMKM tersebut. Hal ini mengatasi secara langsung kendala pemasaran tradisional; dan **Membangun Kepercayaan Konsumen** Penandaan lokasi resmi di platform global seperti Google Maps memberikan kesan profesional dan kredibel, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan volume penjualan dan memperluas jaringan distribusi. Keberhasilan pembuatan profil digital ini menjadi luaran utama program KKM di bidang ekonomi, mentransformasi UMKM jamur dari sistem penjualan *offline* yang terbatas menjadi usaha yang memiliki jejak digital. Langkah ini menjadi fondasi bagi pengelola UMKM untuk selanjutnya memanfaatkan fitur-fitur digital lain, seperti ulasan pelanggan dan informasi jam operasional, demi keberlanjutan bisnis mereka.

**Pembuatan Google Maps dan *Banner* Usaha**, Mahasiswa berhasil membuat profil *Google Maps* dan *banner* usaha bagi UMKM jamur, yang sebelumnya tidak memiliki identitas digital yang memadai. Hal ini merupakan indikator terukur dalam aspek manajemen usaha untuk memperluas jangkauan pasar.



Gambar 3: *Google Maps* dan Banner

#### D. KESIMPULAN

Pelaksanaan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Kelompok VII di Desa Kadununggal berhasil mengimplementasikan program pengabdian yang berfokus pada **digitalisasi UMKM lokal**. Pengabdian ini berhasil memberikan solusi nyata terhadap permasalahan akses pasar UMKM Budidaya Jamur melalui:

- Peningkatan kapasitas pemasaran digital melalui pendampingan *Google Maps*.
- Peningkatan identitas visual usaha melalui perancangan dan pemasangan *banner* usaha yang profesional.

#### Faktor Pendukung dan Penghambat:

- **Faktor Pendukung:** Dukungan dan partisipasi aktif dari pengelola UMKM dan perangkat desa yang kooperatif, serta kesiapan pengelola UMKM untuk mengadopsi teknologi digital baru.
- **Faktor Penghambat:** Terdapat tantangan awal dalam mendapatkan koneksi internet yang stabil di lokasi tertentu untuk proses verifikasi *Google Maps* secara cepat.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIP) Widyapuri Mandiri Sukabumi sebagai penyelenggara program KKM, khususnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) atas dukungan pendanaan dan fasilitas. Apresiasi juga disampaikan kepada Kepala Desa Kadununggal Bapak Mochamad Yusuf beserta seluruh jajaran aparat desa, serta seluruh masyarakat Desa Kadununggal atas kerja sama dan partisipasi yang tinggi dalam menyukseskan program pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Aribowo, Y. B., & Setyawati, A. (2020). Pemanfaatan *E-Commerce* dan Media Sosial

Hartono, M., & Sari, N. (2019). Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM Kuliner

Melalui Optimalisasi *Search Engine Optimization* dan Media Sosial. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 2(1)

Kelompok VII Tahun Akademik 2024-2025 Desa Kadununggal, Kecamatan Kalapanunggal, Kabupaten Sukabumi. Sukabumi: STISIP Widyapuri Mandiri.

Kurniadi, J., & Wardhana, A. A. (2021). Implementasi *Geotagging* dalam Meningkatkan

Mustofa, I., & Rokhayati, P. I. (2020). Penerapan Teknologi Tepat Guna untuk Peningkatan Kapasitas Produksi dan Pemasaran UMKM. *Jurnal Pengabdian*

*Masyarakat Multidisiplin*, 4(1)

Sebagai Strategi Pemasaran Digital pada UMKM. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1)

STISIP Widyapuri Mandiri Sukabumi. 2025. *Laporan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Visibilitas dan Aksesibilitas Lokasi UMKM di Era Digital. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2)