



## Digitalisasi Pemasaran Potensi UMKM Desa Mungkung Kabupaten Nganjuk Melalui Peta Digital Tahun 2024

### *Digitalizing the Marketing Potential of MSMEs in Mungkung Village, Nganjuk Regency through Digital Maps in 2024*

Hendra Maulana<sup>1</sup>, Kurnia Rafif Shanika<sup>2</sup>, Laksamana Zulfikar Satria Decca Harits<sup>3</sup>, Laycha Nazila Supoyo Putri<sup>4</sup>, Maulidia Zalsa Wicahyo Putri<sup>5</sup>, Sharla Putri Aisha<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>UPN "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi Penulis: [kkntdesamungkung@gmail.com](mailto:kkntdesamungkung@gmail.com)

#### **Article History:**

Received: Juni 30,2024

Accepted: Juli 04,2024

Published: Juli 31,2024

**Keyword:** Digitalization, MSMEs, SDG's, Mapping, Digital Map, 2024.

**Abstract:** MSME traders in Mungkung Village consist of various businesses such as culinary, fashion, agribusiness and automotive. However, many of them do not understand technological advances, which hinder the economic development of local MSMEs. Some MSMEs do not have a logo or brand and only rely on local consumers. Life in Mungkung Village is still very traditional, Group 01 KKNT MBKM is aware of this backwardness and is trying to change it. Therefore, researchers intend to advance Mungkung village so that the village community is technologically literate. This research will focus on digitizing the marketing potential of Mungkung Village MSMEs through digital maps to increase their presence and accessibility. The author uses descriptive qualitative research methods with the concepts of digitalization and marketing. This concept is relevant to what the author is researching. The result of this research is that the author succeeded in increasing the potential of MSMEs in Mungkung village by creating a digital map of MSMEs which can be accessed via an online platform. This program also supports SDGs goal point 8, which relates to decent work and economic growth, by empowering MSMEs.

#### **Abstrak**

Pedagang UMKM di Desa Mungkung terdiri dari berbagai usaha seperti kuliner, busana, agribisnis, dan otomotif. Namun, banyak dari mereka belum memahami kemajuan teknologi, yang menghambat perkembangan ekonomi UMKM setempat. Beberapa UMKM tidak memiliki logo atau merek dan hanya mengandalkan konsumen lokal. Kehidupan di Desa Mungkung masih sangat tradisional, Kelompok 01 KKNT MBKM menyadari ketertinggalan ini dan berupaya mengubahnya. Oleh karena itu, peneliti berniat untuk memajukan desa Mungkung supaya masyarakat desa tersebut melek teknologi. Penelitian ini akan fokus pada digitalisasi pemasaran potensi UMKM Desa Mungkung melalui peta digital untuk meningkatkan keberadaan dan aksesibilitas mereka. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan konsep digitalisasi dan pemasaran. konsep ini relevan dengan apa yang penulis teliti. Hasil dari penelitian ini ialah penulis berhasil meningkatkan potensi UMKM desa Mungkung dengan membuat peta digital UMKM yang dimana bisa diakses melalui platform online. Program ini juga mendukung tujuan SDGs poin ke-8, yang berkaitan dengan pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, dengan cara memberdayakan UMKM.

**Kata Kunci:** Digitalisasi, UMKM, SDG's, Pemetaan, Peta Digital, 2024.

## **PENDAHULUAN**

Desa Mungkung merupakan desa yang berlokasi di Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Desa Mungkung merupakan desa yang cukup luas dengan penduduk kurang lebih 3.500 orang. Desa Mungkung memiliki struktur pemerintahan yang terorganisir yang mencakup kepala desa, sekretaris desa, bendahara desa dan lain

\* Hendra Maulana [kkntdesamungkung@gmail.com](mailto:kkntdesamungkung@gmail.com)

sebagainya. Setiap perangkat desa memiliki peran dan fungsinya sendiri. Beberapa wilayah Desa Mungkung diisi dengan perkebunan dan persawahan karena mayoritas penduduk di Desa bekerja mengelola perkebunan dan persawahan. Mayoritas warga Desa Mungkung bekerja mengelola bawang merah yang juga menjadi komoditas utama mata pencaharian warga Desa Mungkung.

Pada Maret 2024, KKNT MBKM dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur ditugaskan untuk ke Nganjuk dan Jombang. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur mengirimkan 180 mahasiswa yang dibagi menjadi beberapa kelompok di beberapa desa di Nganjuk dan Jombang. Desa Mungkung di Nganjuk menjadi salah satu tempat dilaksanakannya KKNT dari program MBKM mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. KKNT atau Kuliah Kerja Nyata Tematik merupakan sebuah bentuk pendidikan dengan metode memberikan pengalaman belajar kepada para mahasiswa untuk menjalani hidup di tengah masyarakat secara langsung diluar wilayah kampus. Kemudian bersama dengan masyarakat tersebut meneliti potensi dan menangani masalah yang berada di desa atau daerah sehingga diharapkan mampu mengembangkan potensi dan menemukan solusi untuk masalah yang ada di desa atau daerah tersebut.

Sedangkan program MBKM memiliki kepanjangan Merdeka Belajar Kampus Merdeka, Merdeka Belajar - Kampus Merdeka atau yang disingkat MBKM merupakan program yang dicetuskan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yang memiliki tujuan memberi kesempatan mahasiswa untuk menguasai berbagai keilmuan untuk bekal memasuki dunia kerja. Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur melakukan kegiatan KKNT MBKM dengan skema SDGs, Sustainable Development Goals atau yang disingkat SDGs merupakan beragam tujuan yang ditetapkan oleh PBB dan menjadi kesepakatan global untuk meningkatkan kualitas hidup dan mensejahterakan semua orang di setiap negara (UNTAR 2023).

Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur melakukan KKNT MBKM selama 3 bulan. diberikan pembekalan terlebih dahulu oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) sebelum berangkat melaksanakan KKNT MBKM. Pembekalan tersebut diisi dengan pengarahan tujuan mahasiswa yang hendak melakukan KKNT MBKM di beberapa desa di Nganjuk dan Jombang yang sudah ditetapkan oleh LPPM. Skema SDGs atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) menjadi skema yang harus dilaksanakan oleh setiap kelompok di desa yang mereka tinggali. Kelompok 01 KKNT MBKM Nganjuk berlokasi di Desa Mungkung, dengan melihat rasio tinggi rendahnya beberapa aspek dan berpatokan dengan SDGs atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

kelompok 01 KKNT MBKM memilih melakukan digitalisasi pemasaran potensi UMKM Desa Mungkung Kabupaten Nganjuk melalui peta digital.

Kelompok 01 KKNT MBKM melaksanakan beberapa program kerja untuk Desa Mungkung. Digitalisasi pemasaran potensi UMKM Desa Mungkung Kabupaten Nganjuk melalui peta digital merupakan salah satu program kerja yang ingin direalisasikan oleh Kelompok 01 KKNT MBKM di Desa Mungkung. Program kerja tersebut masuk dalam SDGs atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan poin ke 8. Poin ke 8 SDGs atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan yakni tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Selain bekerja sebagai petani, warga Desa Mungkung juga memiliki profesi beragam salah satunya yakni menjadi pedagang UMKM. UMKM memiliki kepanjangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM merupakan sebuah bisnis atau usaha produktif yang dijalankan secara perorangan, kelompok, rumah tangga, atau badan usaha kecil yang memenuhi standar sebagai usaha mikro (Amartha 2024). UMKM sendiri terbagi menjadi 5 usaha yaitu usaha kuliner, usaha busana, usaha kecantikan, usaha agribisnis, dan usaha otomotif.

Pedagang UMKM di Desa Mungkung cukup banyak dan beragam ada yang menjalankan usaha kuliner, usaha busana, usaha agribisnis, dan usaha otomotif. Pedagang UMKM di Desa Mungkung beberapa masih belum paham akan kemajuan teknologi di zaman sekarang yang membuat perekonomian UMKM di Desa Mungkung belum berkembang. Beberapa UMKM di Desa Mungkung tidak memiliki logo atau brand dan hanya mengandalkan masyarakat sekitar saja sebagai konsumennya. Kehidupan desa dengan kota memang sangat berbeda jauh begitu pula dengan pemahaman sumber daya manusianya akan teknologi yang semakin maju setiap saat. Kehidupan di Desa Mungkung masih lekat dengan adat-istiadat tradisional yang tidak terlalu modern seperti di kota. Kelompok 01 KKNT MBKM sadar akan ketertinggalan pengetahuan teknologi oleh beberapa masyarakat di Desa Mungkung dan ingin melakukan perubahan terhadap kondisi tersebut. Dari uraian di atas, maka penelitian ini akan berfokus pada bagaimana cara digitalisasi pemasaran potensi UMKM Desa Mungkung Kabupaten Nganjuk melalui peta digital.

## **METODE**

Dalam tulisan kali ini penulis melakukan observasi secara langsung melalui program pengabdian KKNT MBKM. Dengan adanya program ini, penulis dapat mengetahui apa yang mungkin dibutuhkan oleh para pelaku UMKM Desa Mungkung, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. Kemudian penulis dalam menulis karya tulis ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menjelaskan topik yang sedang diteliti berdasarkan catatan di

lapangan sebagai data primer dan penjelasan serta referensi berupa data sekunder dari artikel, jurnal, dan buku digital dari internet. Untuk jangkauan dari penelitian pada karya tulis ini pada tahun 2024 selama periode pelaksanaan KKNT MBKM.

## KONSEP TEORI

Dalam tulisan kali ini penulis akan menggunakan konsep digitalisasi dan pemasaran. konsep ini relevan dengan apa yang penulis teliti mengingat kedua konsep tersebut berkaitan erat dengan topik yang dibawakan mengenai pengaplikasian peta digital demi menunjang perkembangan UMKM Desa Mungkung, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk.

Pada zaman yang serba cepat dan semakin maraknya globalisasi menuntut manusia untuk dapat terus mengikuti perkembangan. Dari tahun ke tahun, salah satu sektor yang sangat berkembang adalah teknologi. Dengan adanya perkembangan teknologi, manusia semakin mudah untuk mendapatkan akses dalam memenuhi kebutuhan seperti kebutuhan informasi, sandang, pangan dan lain sebagainya. Semua hal tersebut bisa didapatkan dengan semakin berkembangnya media digital seperti *smartphone* yang juga ditunjang dengan jaringan internet semakin merata. Semua sektor lambat laun mengalami digitalisasi sehingga informasi mengenai sektor tersebut dapat diakses dalam bentuk digital.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) digitalisasi memiliki arti proses dalam pemberian atau pemakaian sistem digital. Itu berarti bahwa digitalisasi adalah proses peralihan atau konversi dari yang sebelumnya masih manual menjadi bentuk digital dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang. Dengan adanya hal tersebut, maka setelah sesuatu hal terdigitalisasi maka akan dapat diakses secara otomatis dan lebih mudah. Hal ini seperti apa yang ingin penulis teliti dalam pengaplikasian atau implementasi peta digital untuk mengembangkan UMKM yang ada di Desa Mungkung, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. Dari yang sebelumnya masih manual, akan mulai masuk pada ekonomi digital dengan adanya peta digital tersebut. Ekonomi digital (*digital economy*) adalah kegiatan ekonomi yang berada pada teknologi atau digital internet (Tapscott 1996) . Hal ini berarti adanya penggabungan antara pengetahuan manusia (knowledge) dengan sumber daya manusia untuk dapat memaksimalkan kegiatan ekonomi menjadi lintas batas (Wijoyo, et al. 2020). UMKM yang sebelumnya belum memiliki akses lokasi digital, akan didigitalisasi sehingga lokasi yang dimiliki akan lebih mudah di akses dimanapun dan oleh siapapun.

Kemudian, dari adanya digitalisasi tersebut kepada UMKM Desa Mungkung, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk tentunya untuk lebih dapat meningkatkan penjualan. Untuk dapat mencapai hal itu tentunya tujuan utama dari dilakukannya digitalisasi adalah untuk

memasarkan produk dari UMKM tersebut. Dengan adanya digitalisasi yang dilakukan, dapat lebih mempermudah pemasaran atau marketing dari UMKM Desa Mungkung. Pemasaran sendiri adalah proses manajerial dan sosial seseorang atau kelompok untuk dapat memperoleh apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan produk dan pertukaran produk yang bernilai (Kotler dan Amstrong 2008). Para pelaku UMKM tentunya ingin dapat memasarkan produknya lebih luas lagi. Pemasaran atau marketing ini tentunya akan berpengaruh dengan pemasukan dan perkembangan dari para pelaku UMKM. Pemasaran yang baik tentunya akan membuat penjualan menjadi meningkat juga. Para konsumen tentunya akan lebih mudah untuk mengetahui informasi penjual jika informasi terkait dengan pemasaran mudah untuk diakses. Zaman semakin berkembang dan begitu pula bentuk-bentuk pemasaran juga semakin berkembang pula. Dengan teknologi yang semakin maju membuat pemasaran lebih mudah untuk dilakukan. Pemasaran dalam bentuk digital dengan memanfaatkan teknologi dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Konsumen juga dapat mengakses dengan mudah informasi pemasaran yang dilakukan. Dengan adanya perkembangan ini, dan digitalisasi yang dilakukan, pemasaran UMKM Desa Mungkung tentunya akan menjadi lebih optimal dengan semakin mudahnya mendapatkan informasi lokasi para pelaku UMKM. Kemudian dengan pemasaran yang baik, para pelaku UMKM tentunya dapat lebih berkembang.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Di era globalisasi saat ini diperlukan upaya-upaya pemasaran atau promosi UMKM secara digitalisasi agar dapat mendukung keberlangsungan modernisasi pada sebuah desa. Promosi digital UMKM mencakup penggunaan berbagai platform digital untuk memperkenalkan suatu produk atau layanan yang ditawarkan dengan tujuan memperoleh jangkauan pasar yang lebih luas. Kelompok 01 yang bertugas di desa Mungkung merancang sebuah program kerja yang berkaitan dengan digitalisasi pemasaran UMKM yang bertujuan untuk menyebarluaskan potensi UMKM di desa Mungkung agar dikenal oleh lebih banyak khalayak melalui peta digital. Adanya peta digital diharapkan membuat promosi produk lokal menjadi lebih efektif dan terarah agar dapat menarik konsumen baik dari dalam maupun luar desa Mungkung. Peta digital berpotensi menjadi penghubung antara konsumen dan pelaku usaha terkait lokasi dan jenis UMKM yang ada di desa, sehingga konsumen lebih mudah untuk mengakses informasi dalam menemukan jenis produk atau jasa apa yang mereka butuhkan di desa Mungkung. Selain itu peta digital juga diharapkan mampu membantu pemerintah desa dan pelaku UMKM desa Mungkung untuk perencanaan usaha, contohnya apabila ingin menentukan lokasi strategis dalam membuka usaha baru atau melakukan ekspansi usaha.

Pemasaran digital erbeda secara signifikan dari pemasaran tradisional dengan memanfaatkan perangkat elektronik seperti komputer untuk menjangkau pelanggan melalui platform seperti situs web, email, dan jejaring sosial. Keuntungan utamanya terletak pada kemampuan untuk menganalisis upaya pemasaran secara real-time, memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat berdasarkan apa yang terbaik. Kemampuan beradaptasi ini sangat penting dalam lanskap saat ini di mana pelanggan memiliki akses konstan ke informasi dari mana saja. Bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah), digitalisasi pemasaran melalui peta digital menghadirkan peluang serupa. Dengan memanfaatkan platform seperti Google Maps, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas, menjangkau khalayak yang lebih luas di luar pasar lokal mereka. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kesadaran merek tetapi juga memfasilitasi keterlibatan pelanggan dengan menyediakan informasi bisnis penting dengan nyaman. Meskipun mengelola upaya pemasaran digital, termasuk pembaruan media sosial dan pembuatan konten, membutuhkan waktu dan keahlian, potensi manfaat dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan menjadikannya investasi yang berharga bagi UMKM yang ingin tumbuh di era digital.

Kelompok 01 KKNT MBKM Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur telah melakukan survei dengan mendatangi satu persatu pelaku UMKM di desa Mungkung untuk mengumpulkan data terkait pembuatan peta digital potensi UMKM. Pada mulanya, penulis melakukan pencatatan dengan menanyakan kepada perangkat desa setempat terkait masyarakat yang menjalankan usaha di desa. Setelah mendapat data, penulis mendatangi satu persatu pelaku usaha tersebut dengan didampingi oleh anggota POSYANTEK (Pos Pelayanan Teknologi Tepat Guna). Penulis menanyakan kepada pelaku usaha seputar usahanya, seperti apakah mereka menjalankan usaha tersebut secara konsisten atau di waktu-waktu tertentu saja dan juga memastikan apakah usahanya berkenan untuk dimasukkan dalam peta potensi UMKM desa Mungkung secara digital maupun fisik. Selain itu, penulis juga melakukan *tagging location* di Google Maps untuk menandai lokasi usaha masyarakat. Kemudian penulis menggunakan tautan Linktree (platform untuk membuat satu tautan yang dapat dihubungkan ke tautan platform lain) yang difungsikan sebagai sarana untuk mengakses daftar lokasi UMKM Desa Mungkung melalui Google Maps. Tautan tersebut juga telah dihubungkan dalam kode QR yang tertera di peta fisik, sehingga memungkinkan bagi mereka yang melihat peta fisik dapat memindai kode QR tersebut yang terhubung ke tautan Linktree peta digital yang berisi daftar lokasi UMKM Desa Mungkung.



Gambar 1. Peta Potensi UMKM Desa Mungkung oleh Mahasiswa KKNT Kelompok 01



Gambar 2. Linktree Dari Barcode yang terdapat di Peta Potensi UMKM Desa Mungkung

Peta digital potensi UMKM desa Mungkung dapat dengan mudah diakses oleh siapapun, sebab tautan dari peta digital juga akan diintegrasikan dalam situs web resmi pemerintah desa Mungkung dan media sosial dari POSYANTEK. Pengadaan dari penyusunan peta digital potensi UMKM desa mungkung merupakan aspirasi pemerintah desa Mungkung yang belum terlaksana. Maka penulis berkoordinasi dengan perangkat desa dan lembaga kemasyarakatan desa seperti POSYANTEK untuk mewujudkan aspirasi tersebut dalam salah satu program kerja untuk desa Mungkung. Penulis memanfaatkan kemajuan teknologi dan fasilitas yang ada untuk mempromosikan UMKM desa melalui peta digital untuk kemudahan akses masyarakat terhadap informasi UMKM desa. Hal ini akan menjadi sarana yang tepat untuk mendorong kemajuan UMKM desa Mungkung yang selaras dengan era modernisasi bersifat praktis dan efisien, serta relevan dengan SDGs no 8 mengenai “Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi” terkait pemberdayaan UMKM yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal sebuah desa.

Dalam upaya meningkatkan daya saing dan eksposur produk lokal, digitalisasi pemasaran melalui Google Maps menjadi solusi efektif bagi UMKM Desa Mungkung. Program ini tidak hanya memudahkan konsumen menemukan UMKM secara online, tetapi juga meningkatkan kesadaran merek dan memperluas jangkauan pasar. Dengan aplikasi Google Maps, UMKM dapat menyajikan informasi detail seperti lokasi, kontak, dan jam operasional, mempermudah konsumen untuk mengakses produk dan layanan mereka. Diharapkan, ini akan meningkatkan promosi produk dan memungkinkan penjualan online yang lebih efektif, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal seiring dengan tujuan SDGs poin ke-8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.

Tujuan SDGs 8 menekankan pentingnya mempromosikan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, inklusif, dan berkelanjutan, pekerjaan penuh dan produktif, dan pekerjaan yang layak untuk semua. Bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), digitalisasi pemasaran melalui peta digital memainkan peran penting dalam mencapai tujuan ini. Dengan memanfaatkan platform seperti Google Maps, UMKM dapat meningkatkan visibilitas mereka, menjangkau khalayak yang lebih luas di luar pasar lokal, dan memfasilitasi akses yang lebih mudah ke produk dan layanan mereka. Transformasi digital ini tidak hanya mendorong kehadiran pasar tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi dengan memungkinkan UMKM beroperasi lebih efisien dan kompetitif dalam ekonomi digital. Dengan demikian, digitalisasi pemasaran melalui peta digital sejalan dengan Tujuan SDGs 8 dengan mendorong penciptaan lapangan kerja, produktivitas ekonomi, dan praktik bisnis berkelanjutan di kalangan UMKM, berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan kemakmuran secara keseluruhan.

Pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) ke-8, selain fokus pada peningkatan pertumbuhan ekonomi di pedesaan, promosi produk lokal juga menjadi aspek yang sangat penting. Sebagaimana telah disampaikan oleh penulis sebelumnya, upaya mempromosikan produk lokal dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa secara tidak langsung berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi setempat. Langkah ini tidak hanya mendorong peningkatan pendapatan masyarakat desa tetapi juga menciptakan peluang kerja baru. Selain itu, promosi produk lokal ini turut berperan dalam meningkatkan inklusivitas, yang berarti semakin banyak anggota masyarakat desa yang dapat merasakan manfaat dari pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian, strategi ini tidak hanya mendukung pengembangan ekonomi lokal tetapi juga memperkuat struktur sosial dan ekonomi desa secara keseluruhan, menciptakan lingkungan yang lebih adil dan sejahtera bagi semua warga desa.

Kelompok 01 KKNT MBKM dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur menyusun rencana implementasi praktis untuk memetakan potensi UMKM di Desa Mungkung secara digital. Inisiatif ini berfokus pada integrasi peta digital ke dalam infrastruktur desa untuk meningkatkan aksesibilitas informasi dan mempromosikan produk UMKM secara efektif. Rencana tersebut dimulai dengan melakukan survei menyeluruh dan penilaian lapangan untuk mengumpulkan informasi rinci tentang UMKM lokal, termasuk lokasi mereka, detail kontak, dan penawaran produk. Data ini akan diatur dengan cermat menggunakan alat digital untuk memastikan akurasi dan kemudahan akses. Keterlibatan masyarakat memainkan peran penting dalam memvalidasi informasi dan memahami kebutuhan bisnis lokal.

Strategi integrasi berkisar pada pembentukan platform digital terpusat, memanfaatkan Google Maps, untuk menampilkan lokasi dan detail UMKM secara komprehensif. Platform ini tidak hanya akan meningkatkan keberadaan UMKM di dalam komunitas tetapi juga memfasilitasi akses mudah ke layanan mereka bagi penduduk dan pengunjung. Selain itu, rencana tersebut mencakup sesi pelatihan bagi pemilik UMKM dalam mengelola kehadiran digital mereka dan memanfaatkan peta untuk pemasaran yang efektif. Dengan menerapkan strategi ini, Kelompok 01 KKNT MBKM bertujuan untuk memberdayakan UMKM di Desa Mungkung, mendorong dukungan masyarakat, dan merangsang pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan visibilitas dan aksesibilitas digital.

## **KESIMPULAN**

Digitalisasi pemasaran UMKM merupakan strategi penting untuk mendukung modernisasi dan pertumbuhan ekonomi desa di era globalisasi. Di desa Mungkung, Kelompok 01 dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur merancang program kerja yang fokus pada promosi digital UMKM melalui peta digital. Tujuan dari peta digital ini adalah untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk lokal, menjangkau konsumen lebih luas baik dari dalam maupun luar desa. Dengan memanfaatkan platform seperti Google Maps, UMKM dapat menampilkan informasi penting seperti lokasi, kontak, dan jam operasional, sehingga mempermudah konsumen untuk menemukan dan mengakses produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Program ini juga mendukung tujuan SDGs poin ke-8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi dengan memberdayakan UMKM, meningkatkan pendapatan masyarakat desa, dan menciptakan peluang kerja baru. Langkah ini tidak hanya mendorong inklusivitas tetapi juga memperkuat struktur sosial dan ekonomi desa. Kelompok 01 melakukan survei mendalam dengan mendatangi setiap pelaku UMKM untuk mengumpulkan data yang kemudian digunakan untuk membuat peta digital. Data ini juga diintegrasikan ke dalam situs web resmi pemerintah desa dan media sosial POSYANTEK. Peta digital ini memudahkan akses informasi bagi konsumen dan membantu pemerintah desa serta pelaku UMKM dalam perencanaan usaha, seperti menentukan lokasi strategis untuk usaha baru atau ekspansi. Digitalisasi pemasaran melalui peta digital menjadi solusi efektif bagi UMKM di Desa Mungkung untuk meningkatkan eksposur dan daya saing produk lokal dalam pasar yang lebih luas.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Amartha. (2024, Maret 3). Pengertian UMKM: Jenis, fungsi, dan cara mendaftar. Amarta. <https://amartha.com/blog/work-smart/pengertian-umkm-jenis-fungsi-dan-cara-mendaftar/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi 12; Jilid 1). Erlangga.
- Tapscott, D. (1996). The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence. McGraw Hill.
- Universitas Tarumanegara. (2023, Desember 15). Kenal lebih jauh 17 Tujuan SDGs. Universitas Tarumanegara. <https://untar.ac.id/2023/12/15/kenal-lebih-jauh-17-tujuan-sdgs/>
- Wijoyo, H., et al. (2020). Digitalisasi UMKM. Insan Cendekia Mandiri.