



STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MELALUI PEMETAAN GOOGLE MAPS DI DESA SUNGAI SELAN ATAS, KABUPATEN BANGKA TENGAH

Asyraf Suryadin^{1*}, Julian Rizki Pratama², Tania Nur Ufliyanti³, Rahmi Rahmini⁴, Chyntia Febridianti⁵, Iren Sukmawati⁶, Azzati Resparina⁷, Nuhaliza⁸, Rahilda⁹, Dany Febriansyah¹⁰,
Muhammad Miraldy¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung
Corresponden Email: asyraf.suryadin@unmuhbabel.ac.id¹

Abstract

Digitalization of MSMEs in Indonesia, especially in rural areas such as Sungai Selan Atas Village, is a strategic step to increase competitiveness and operational efficiency. Even though MSMEs have a crucial role in the local economy, they still face various challenges in the digitalization process, such as limited technological infrastructure, low digital literacy, and a conventional business culture that is still strong. In this research, a qualitative method with a case study approach was used to analyze the digitalization process of MSMEs in Sungai Selan Atas Village. Through observation, interviews and documentation, data was collected from 19 MSMEs registered in the village. The research results show that the strategy of mapping MSMEs on Google Maps and distributing promotional banners can increase business visibility and accessibility, as well as strengthen networks between MSMEs. Mapping on Google Maps makes it easy for consumers to find the location of MSMEs, even in areas with limited internet connectivity. Meanwhile, promotional banners offer an effective way to attract people's attention without relying on digital technology. Thus, although challenges in digitalization still exist, there are steps that can help MSMEs in Sungai Selan Atas Village to adapt and develop in the digital economy. The successful digitalization of MSMEs in this village will not only increase income and employment, but also contribute to the social and economic welfare of the local community. Therefore, it is important for the government and related parties to continue to support digitalization initiatives, provide digital literacy training, and improve technological infrastructure so that MSMEs can take advantage of the opportunities that exist in this digital era.

Keywords: UMKM, Google Maps

Abstrak

Digitalisasi UMKM di Indonesia, khususnya di daerah pedesaan seperti Desa Sungai Selan Atas, merupakan langkah strategi untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Meskipun UMKM memiliki peran krusial dalam perekonomian lokal, mereka masih menghadapi berbagai tantangan dalam proses digitalisasi, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi, rendahnya literasi digital, dan budaya bisnis konvensional yang masih kuat. Dalam penelitian ini, metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus digunakan untuk menganalisis proses digitalisasi UMKM di Desa Sungai Selan Atas. Melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, data dikumpulkan dari 19 UMKM yang terdaftar di desa tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemetaan UMKM di Google Maps dan pembagian spanduk promosi dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha, serta memperkuat jaringan antar UMKM. Pemetaan di Google Maps memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menemukan lokasi UMKM, meskipun di daerah dengan konektivitas internet yang terbatas. Sementara itu, spanduk promosi menawarkan cara yang efektif untuk menarik perhatian masyarakat tanpa bergantung pada teknologi digital. Dengan demikian, meskipun tantangan dalam digitalisasi masih ada, terdapat langkah-langkah dapat membantu UMKM di Desa Sungai Selan Atas untuk beradaptasi dan berkembang dalam ekonomi digital. Keberhasilan digitalisasi UMKM di desa ini tidak hanya akan meningkatkan pendapatan dan lapangan pekerjaan, tetapi juga kontribusi pada kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat setempat. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan pihak-pihak terkait untuk terus mendukung inisiatif digitalisasi, memberikan pelatihan literasi digital, serta memperbaiki infrastruktur teknologi agar UMKM dapat memanfaatkan peluang yang ada di era digital ini.

Kata kunci: UMKM, Google Maps

LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Dalam beberapa tahun terakhir, digitalisasi telah menjadi tren global yang mengubah berbagai sektor ekonomi, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Murtiningsih & Caroline (2024), Digitalisasi UMKM merupakan proses penerapan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas UMKM tersebut. Digitalisasi UMKM dinilai sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya saing bisnis lokal, memperluas akses pasar, serta meningkatkan efisiensi operasional. Pemerintah Indonesia melalui berbagai program dan kebijakan telah mendorong digitalisasi UMKM, khususnya di daerah pedesaan. Pemerintah daerah memberdayakan desa wisata melalui regulasi, pelibatan masyarakat, serta pemanfaatan potensi alam dan budaya untuk meningkatkan ekonomi serta melestarikan kearifan lokal. Selain itu, pendampingan dan pelatihan diberikan agar masyarakat mampu mengelola desa wisata secara mandiri dan berkelanjutan (Nurfadlilah & Karniawati, 2023). Hal ini diejawantahkan dengan adanya slogan ‘Desa Membangun Indonesia’ yang menurut Andari & Ella (2021), pembangunan desa yang berkelanjutan dan berbasis teknologi dapat menjadi fondasi utama dalam memajukan negara.

Tentunya, slogan ini diwujudkan di berbagai provinsi termasuk Kepulauan Bangka Belitung. Ilyas (2023) menjelaskan UMKM di desa-desa Bangka Belitung berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan ekonomi lokal. Salah satu desa yang memiliki potensi adalah UMKM yang berada di Desa Sungai Selan Atas. Desa Sungai Selan Atas merupakan salah satu desa di Kecamatan Sungai Selan, Kabupaten Bangka Tengah, dengan luas wilayah sekitar 2.966,27 hektar dan merupakan pusat pemerintahan Kecamatan Sungai Selan, menunjukkan perannya yang strategis dalam administrasi daerah (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangka Tengah, 2016). Desa Sungai Selan Atas merupakan desa yang kaya akan potensi perkebunan, perikanan dan perindustrian. Kemajuan ekonomi Desa Sungai Selan Atas. Desa ini terdiri dari 2 dusun dan 11 RT yang tentunya memiliki sektor-sektor yang berpotensi untuk meningkatkan perekonomian desa. Salah satunya adalah sektor industri rumahan. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terdapat 19 UMKM yang terdata di Desa Sungai Selan Atas.



Gambar 1. Peta Sebaran UMKM Desa Sungai Selan Atas

Agar UMKM Desa Sungai Selan Atas ini dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh ekonomi digital, perencanaan pembangunan berkaitan dengan inisiatif perencanaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kemajuan ekonomi. Perencanaan pembangunan berkelanjutan di desa menekankan pentingnya pemanfaatan data dan informasi yang akurat serta diperbarui secara berkala untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif (Lino, et al., 2025). Kegiatan perencanaan pembangunan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari jati diri Indonesia sebagai negara berkembang. Mendapatkan lebih banyak kekuasaan dan kualitas hidup yang lebih tinggi adalah tujuan dari kegiatan ekonomi.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam pembangunan ekonomi di daerah pedesaan, termasuk di Desa Sungai Selan Atas. UMKM tidak hanya menjadi sumber utama mata pencaharian bagi masyarakat setempat, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi desa. Menurut penelitian Sirait, et al. (2024), UMKM memiliki peran vital dalam perekonomian dengan menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menciptakan peluang usaha baru serta UMKM berkontribusi terhadap pemerataan ekonomi. Namun, di tengah perkembangan teknologi dan tren digitalisasi yang semakin pesat, UMKM di pedesaan menghadapi tantangan besar dalam beradaptasi dengan perubahan ini. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di bulan Februari ternyata masih terdapat permasalahan dalam kesulitan pada pemasaran produk. Banyak UMKM yang terletak di Desa Sungai Selan Atas masih belum diketahui sehingga UMKM tersebut masih banyak yang belum berkembang. Sehingga kini permasalahan UMKM yang kurang berkembang atau belum diketahui masyarakat lokal ataupun masyarakat luar menjadi ancaman kerugian besar khususnya sektor industri rumahan. Pemasaran produk secara digital melalui media sosial dan e-commerce sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan jangkauan pasar, terutama di era digital (Trulline, 2021). Suparjiman, et al., (2024) dalam penelitiannya menganalisis bahwa melalui pemanfaatan media sosial dan e-commerce, UMKM dapat membangun branding yang lebih kuat, menjangkau pelanggan lebih luas, serta meningkatkan efisiensi operasional, sehingga mampu bertahan dan berkembang dalam era digital. Digitalisasi UMKM merupakan salah satu solusi yang banyak didorong oleh pemerintah dan berbagai pihak guna meningkatkan daya saing pelaku usaha lokal. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform e-commerce, meningkatkan efisiensi bisnis dengan sistem pembayaran digital, serta mempermudah pemasaran melalui media sosial dan teknologi berbasis internet lainnya. Berbagai program pelatihan dan bantuan infrastruktur digital juga telah mulai diperkenalkan untuk mendukung transformasi ini. Namun, meskipun digitalisasi membawa berbagai manfaat potensial, pelaksanaannya di daerah pedesaan seperti Sungai Selan Atas masih menghadapi sejumlah tantangan. Beberapa kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di desa ini antara lain:

1. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi

Akses internet yang belum merata dan keterbatasan jaringan menjadi hambatan utama bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kecepatan internet yang rendah dan biaya akses yang tinggi sering kali menghambat kelancaran transaksi online serta penggunaan aplikasi berbasis digital.

2. Kurangnya Literasi Digital

Banyak pelaku UMKM di desa masih memiliki keterbatasan dalam memahami dan mengoperasikan teknologi digital. Kurangnya keterampilan dalam menggunakan platform e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital membuat mereka kesulitan dalam mengoptimalkan potensi digitalisasi untuk perkembangan bisnis mereka.

3. Tingkat Kepercayaan yang Rendah terhadap Transaksi Digital

Masyarakat desa cenderung lebih percaya pada transaksi tunai dan sistem jual beli konvensional. Keamanan data, risiko penipuan, serta kurangnya edukasi mengenai manfaat transaksi digital menjadi faktor yang membuat digitalisasi belum sepenuhnya diterima oleh pelaku usaha dan konsumen di daerah ini.

4. Modal dan Biaya Adaptasi Teknologi

Digitalisasi tidak hanya memerlukan keterampilan tetapi juga investasi dalam perangkat teknologi seperti smartphone, komputer, atau perangkat pendukung lainnya. Bagi UMKM yang memiliki keterbatasan modal, biaya tambahan ini menjadi tantangan besar yang membuat mereka ragu untuk beralih ke sistem digital.

5. Budaya Bisnis Konvensional yang Masih Kuat

Transaksi secara langsung (tatap muka) dan pembayaran tunai masih menjadi metode utama dalam kegiatan bisnis di desa. Kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital masih rendah, sehingga pelaku UMKM menghadapi tantangan dalam mengajak pelanggan untuk beralih ke sistem digital.

Desa Sungai Selan Atas mulai mengalami perubahan dengan adanya inisiatif digitalisasi, baik yang dilakukan secara mandiri oleh pelaku usaha maupun melalui program pemerintah atau swasta. Beberapa pelaku UMKM telah mencoba memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, menggunakan layanan dompet digital, serta menjajaki platform e-commerce untuk memperluas pasar. Agar tetap kompetitif, pedagang konvensional perlu mengadopsi strategi digital, seperti memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, serta mengombinasikan model bisnis offline dan online untuk meningkatkan daya saing di era digital (Fani & Safira, 2024). Dengan e-commerce, UMKM dapat menjual produk mereka secara online tanpa terbatas oleh lokasi fisik, mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja (Adhitya, 2024). Selain itu, e-commerce memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan data pelanggan, menerapkan strategi pemasaran yang lebih personal, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui media sosial. Octiva, et al., (2024) dalam penelitiannya, menemukan bahwa dukungan eksternal, seperti

pelatihan, subsidi pemerintah, serta kemitraan dengan penyedia teknologi, menjadi faktor penting dalam membantu UMKM mengadopsi teknologi secara lebih efektif.

Namun, efektivitas dari upaya ini masih perlu dievaluasi lebih lanjut, apakah digitalisasi benar-benar memberikan dampak positif bagi pertumbuhan UMKM atau justru menjadi tantangan baru yang semakin membebani mereka. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana proses digitalisasi berlangsung di UMKM Desa Sungai Selan Atas, apa saja kendala yang dihadapi, serta apakah digitalisasi lebih menjadi solusi atau justru tantangan baru bagi mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kesiapan digital UMKM pedesaan agar mampu berkembang secara berkelanjutan di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dimana metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2018) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (mengandalkan empirisme) yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan teknik pengumpulan data meliputi: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian objektif. Teknik *purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, seperti ciri-ciri atau karakteristik populasi yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian (Kumara, 2018). Dalam teknik ini, sampel dipilih secara sengaja untuk memastikan bahwa individu atau kelompok yang diteliti memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus studi.

Menurut Waruwu (2024), Dalam penelitian, teknik pengumpulan data adalah langkah penting untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan dengan tujuan penelitian. Secara umum, ada beberapa metode utama yang digunakan:

1. Observasi. Peneliti mengamati langsung fenomena atau perilaku di lapangan. Bisa berupa observasi partisipatif (peneliti ikut serta dalam aktivitas) atau non-partisipatif (hanya mengamati dari luar).
2. Wawancara. Dilakukan secara tatap muka, melalui telepon, atau daring untuk menggali informasi langsung dari narasumber. Bisa berbentuk wawancara terstruktur (dengan pertanyaan tetap) atau tidak terstruktur (lebih fleksibel dan terbuka).
3. Studi Dokumentasi. Menggunakan dokumen tertulis, arsip, laporan, atau media lain sebagai sumber data pendukung.

Dalam penelitian Pengembangan UMKM Sebagai Penggerak Ekonomi Lokal, dengan metode *purposive sampling*, dengan teknik pengumpulan data meliputi: observasi, wawancara, dan dokumentasi dapat digunakan untuk mengetahui UMKM di Desa Sungai selan atas dari RT 01 sampai

dengan RT 11 bisa lebih maju dan dikenal banyak kalangan masyarakat Sehingga bisa membantu masyarakat Desa Sungai Selan Atas untuk dalam pengembangan ekonomi lokal, dengan menggunakan metode yang telah dilakukan.



Gambar 2. Observasi dan Wawancara ke Pelaku UMKM Dodol RT 04
(Sumber: Pribadi 2025)



Gambar 3. Observasi dan Wawancara ke Pelaku UMKM Snack Keripik RT 03
(Sumber: Pribadi 2025)

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Tahap Pra Kegiatan:

Tahap pra kegiatan merupakan fase perencanaan yang sangat penting untuk memastikan keberhasilan program. Dalam tahap ini, Tim KKN Desa Sungai Selan Atas melakukan berbagai persiapan yang mencakup koordinasi, diskusi, dan perencanaan strategis.

- **Koordinasi dengan Kepala Desa**

Tim KKN terlebih dahulu melakukan pertemuan dengan Kepala Desa Sungai Selan Atas untuk menyampaikan rencana program kerja yang akan dijalankan selama periode KKN. Dalam pertemuan ini, dilakukan diskusi mengenai kebutuhan desa, potensi UMKM, serta kendala yang dihadapi pelaku usaha kecil dan menengah di desa tersebut. Dari hasil diskusi, diperoleh masukan terkait aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam program pengembangan UMKM.

- Koordinasi dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)
Setelah mendapatkan persetujuan dari Kepala Desa, Tim KKN mengadakan rapat dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) untuk memastikan program yang akan dilaksanakan sesuai dengan kaidah akademik serta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. DPL memberikan arahan mengenai teknik pengumpulan data, metode observasi, serta strategi implementasi yang lebih efektif.
- Koordinasi dengan Ketua RT dan Pelaku UMKM
Selanjutnya, Tim KKN melakukan sosialisasi kepada ketua RT dari RT 01 hingga RT 11 untuk memastikan setiap wilayah di desa mendapatkan perhatian yang sama. Ketua RT membantu dalam mengidentifikasi UMKM yang beroperasi di wilayahnya dan memberikan rekomendasi mengenai usaha yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Setelah itu, Tim KKN mulai menghubungi pelaku UMKM untuk mengumpulkan informasi awal mengenai jenis usaha, lokasi, serta tantangan yang mereka hadapi.
- Perencanaan Strategis dan Pengusunan Program Kerja
Berdasarkan hasil koordinasi yang telah dilakukan, Tim KKN menyusun rencana kerja secara sistematis. Program utama yang ditetapkan meliputi pendataan UMKM, pemetaan lokasi usaha di Google Maps, serta pembuatan dan pemasangan spanduk promosi. Dalam tahap ini, tim juga menyiapkan instrumen penelitian seperti pedoman wawancara, formulir observasi, serta alat pendokumentasian (kamera, perekam suara, dan lain-lain).

Tahap Pelaksanaan:

Tahap pelaksanaan merupakan tahap inti dari kegiatan KKN yang dilakukan di Desa Sungai Selan Atas. Pada tahap ini, Tim KKN menjalankan program yang telah direncanakan untuk membantu meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM lokal.

- Pendataan UMKM Melalui Observasi dan Wawancara
Tim KKN mengunjungi setiap UMKM yang telah teridentifikasi untuk melakukan pendataan lebih lanjut. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung kondisi usaha, jumlah produksi, metode pemasaran, serta kendala yang dihadapi pelaku usaha. Wawancara dengan pemilik UMKM juga dilakukan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai sejarah usaha, strategi bisnis, serta harapan mereka terhadap program ini.
- Pemetaan UMKM ke dalam Google Maps
Setelah data dikumpulkan, Tim KKN memasukkan titik koordinat lokasi usaha ke dalam Google Maps. Proses ini dilakukan untuk mempermudah akses bagi calon pelanggan yang ingin mencari produk-produk lokal dari Desa Sungai Selan Atas. Selain itu, setiap titik UMKM juga dilengkapi

dengan informasi detail mengenai jenis usaha, produk yang ditawarkan, serta kontak yang dapat dihubungi.

- Pembuatan dan Pemasangan Spanduk Promosi

Untuk meningkatkan daya tarik UMKM, Tim KKN mendesain spanduk promosi menggunakan aplikasi Argis. Spanduk ini mencantumkan informasi penting mengenai UMKM seperti nama usaha, jenis produk, dan lokasi. Setelah dicetak, spanduk dipasang di tempat-tempat strategis seperti Kantor Desa dan pusat keramaian desa. Selain itu, beberapa UMKM juga mendapatkan spanduk khusus yang dipasang di lokasi usaha mereka untuk menarik perhatian pelanggan.

- Peningkatan Jaringan dan Kolaborasi Antar UMKM

Melalui program ini, pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan bantuan promosi, tetapi juga memiliki kesempatan untuk berjejaring satu sama lain. Dengan adanya pemetaan dan pendataan, para pelaku usaha dapat mengetahui UMKM lain yang beroperasi di desa mereka. Hal ini membuka peluang kerja sama seperti promosi bersama, pertukaran informasi bisnis, serta potensi pengembangan produk kolaboratif.

Dari proses pengumpulan data dan pemetaan yang dilakukan, terdapat 19 UMKM yang berhasil terdata di *Google Maps* di wilayah Sungaiselan Atas. Proses pengambilan data di 19 UMKM Desa Sungai Selan Atas dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan. Langkah pertama adalah koordinasi awal dan identifikasi UMKM, di mana Tim KKN berkomunikasi dengan Kepala Desa, Ketua RT dari RT 01 hingga RT 11, serta pelaku UMKM untuk menyusun daftar usaha yang aktif di desa. Setelah itu, dilakukan observasi langsung ke lokasi UMKM guna mencatat kondisi usaha, metode pemasaran, serta kendala yang dihadapi pelaku usaha. Selanjutnya, tim melakukan wawancara dengan pemilik UMKM untuk menggali lebih dalam tentang sejarah usaha, strategi pemasaran, serta harapan mereka terhadap program digitalisasi dan promosi. Setelah data dasar terkumpul, tim mencatat titik koordinat setiap UMKM menggunakan GPS dan memasukkannya ke dalam *Google Maps*, dilengkapi dengan informasi produk, foto usaha, dan kontak pemilik. Untuk mendukung visibilitas, dibuat spanduk promosi yang berisi informasi usaha dan dipasang di lokasi strategis. Tahap akhir adalah evaluasi dan monitoring, di mana tim KKN mengumpulkan umpan balik dari pelaku UMKM untuk mengukur dampak dari pemetaan digital ini terhadap jumlah pelanggan dan pemasaran mereka. Melalui langkah-langkah ini, program pendataan dan digitalisasi UMKM di Sungai Selan Atas berhasil meningkatkan aksesibilitas dan peluang bisnis bagi para pelaku usaha.

Berdasarkan analisis lokasi, pengembangan peta dan pembuatan titik koordinat UMKM di *Google Maps* menghasilkan peta digital yang dapat diakses oleh siapa saja, yang mencakup lokasi usaha, jenis usaha, dan informasi kontak masing-masing UMKM. Sehingga hal tersebut dapat memudahkan para pengunjung atau wisatawan dalam mencari UMKM yang menjual produk khas Desa Sungai Selan Atas.

Adapun UMKM yang berhasil terdata di didalam Peta dan *Google Maps* sebagai berikut :

Tabel 1 Data Sebaran UMKM Desa Sungai Selan Atas

No.	Nama UMKM	Lokasi UMKM
1.	UMKM YUK DARI (Jajanan Pasar Khas Sungaiselan Atas)	RT 01
2.	UMKM BAKSO PIONA (Bakso dan Jajanan Khas Sungai selan Atas)	RT 02
3.	UMKM ALDHA (Kemplang Gender Khas Sungaiselan Atas)	RT 02
4.	UMKM ANEKA KUE NEK GO (Kue Khas Sungaiselan Atas)	RT 02
5.	UMKM NASI GORENG BANG RIO (Nasi Goreng Khas Sungaiselan Atas)	RT 02
6.	UMKM DAPUR NGA SINA (Aneka Snack Oleh – Oleh Khas Sungaiselan Atas)	RT 03
7.	UMKM JAMU BUK DHE (Jamu Tradisional Sungaiselan Atas)	RT 03
8.	UMKM HANI DODOL (Oleh – Oleh Khas Sungaiselan Atas)	RT 04
9.	UMKM DODOL BIK IPUT (Oleh – Oleh Khas Sungaiselan Atas)	RT 04
10.	UMKM ANEKA SNACK KENDAYI (Oleh – Oleh Sungaiselan Atas)	RT 05
11.	UMKM KEMBANG CIK MI (Oleh – Oleh Sungaiselan Atas)	RT 05
12.	UMKM WARUNG NGAH LUSI (Pempek dan Jajanan Khas Sungaiselan Atas)	RT 05
13.	UMKM WARUNG SU YUN (Aneka Kue Basah dan Aneka Olahan Ikan)	RT 06
14.	UMKM WARUNG ZAFIRA (Aneka Pempek, Bakso, Tekwan dll)	RT 06
15.	UMKM TIKAR ANYAM GEDE (Pengrajin Tikar Anyam)	RT 09
16.	UMKM KUSEN MANG ALI (Pengrajin Kayu Kusen)	RT 09
17.	UMKM KEMPLANG PANGGANG MBOK SUS (Oleh-Oleh Sungaiselan Atas)	RT 10
18.	UMKM DONAT LIA (Oleh – Oleh Sungaiselan Atas)	RT 10
19.	UMKM WARUNG BIK TATI (Aneka Jajanan Pasar Sungaiselan Atas)	RT 11

Berdasarkan Tabel 1 hasil dari observasi, wawancara, dokumentasi dan pengumpulan data dari para pelaku UMKM yang ada di Desa Sungai Selan Atas, tercatat sebanyak 19 UMKM dari 11 RT yang ada di Desa Sungai Selan Atas. Dengan rincian sebagai berikut ; RT 01 terdapat 1 UMKM, RT 02 terdapat 4 UMKM, RT 03 terdapat 2 UMKM, RT 04 terdapat 2 UMKM, RT 05 terdapat 3 UMKM, RT 06 terdapat 2 UMKM, RT 09 terdapat 2 UMKM, RT 10 terdapat 2 UMKM dan RT 11 terdapat 1 UMKM

Beberapa hasil utama dari strategi ini adalah:

- Peningkatan Visibilitas UMKM: Setelah titik koordinat setiap UMKM dimasukkan ke dalam Google Maps, banyak UMKM yang mengalami peningkatan jumlah pengunjung, baik yang datang langsung maupun yang menggunakan layanan digital untuk mencari informasi tentang usaha tersebut, misalkan langsung menghubungi kontak yang tertera.
- Promosi yang Lebih Efektif dengan Spanduk: Pembagian spanduk yang terpasang di lokasi strategis dan mudah terlihat oleh masyarakat, memberikan promosi langsung yang membantu usaha-usaha kecil dan menengah lebih dikenal oleh masyarakat lokal maupun pengunjung dari luar daerah.
- Kolaborasi dan Jaringan antar UMKM: Pemetaan yang dilakukan juga meningkatkan jaringan antar pengusaha UMKM, karena mereka dapat melihat keberadaan satu sama lain dan mungkin melakukan kerjasama atau saling mendukung dalam bentuk promosi bersama.

Penggunaan teknologi untuk memetakan UMKM di *Google Maps* dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama bagi konsumen yang lebih cenderung menggunakan aplikasi digital untuk mencari tempat atau layanan. Adanya informasi terkait jenis usaha dan detail kontak juga memudahkan proses komunikasi antara UMKM dan pelanggan.

Strategi pembuatan titik koordinat di *Google Maps* memberikan keuntungan besar bagi UMKM yang berada di daerah dengan konektivitas internet terbatas. Mengingat banyak UMKM di Sungaiselan Atas yang tidak memiliki toko fisik di pusat keramaian, penggunaan *Google Maps* menjadi alat yang efektif untuk membantu konsumen menemukan mereka. Platform digital seperti *Google Maps* memberi kemudahan akses tanpa membutuhkan keterampilan teknis yang mendalam dari para pemilik UMKM. Selain itu, pembagian spanduk dapat menjadi alat promosi yang sangat efektif untuk menarik perhatian orang yang berada di sekitar lokasi usaha. Spanduk dapat memberikan informasi secara langsung, tanpa bergantung pada teknologi atau akses internet. Ini menjadi sangat penting terutama bagi UMKM yang berlokasi di wilayah yang belum terlalu terjangkau oleh layanan internet atau bagi masyarakat yang lebih menyukai informasi berbasis fisik.

Tahap Evaluasi:

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan program serta dampaknya terhadap UMKM yang ada di Desa Sungai Selan Atas. Metode yang digunakan dalam evaluasi ini meliputi wawancara, observasi langsung, dan penyebaran angket kepada pelaku UMKM.

- **Wawancara dengan Pelaku UMKM**

Tim KKN kembali melakukan wawancara dengan pemilik UMKM untuk menilai apakah program yang dijalankan telah memberikan manfaat yang signifikan. Beberapa aspek yang dievaluasi dalam wawancara ini meliputi peningkatan jumlah pelanggan, efektivitas pemasangan titik koordinat di *Google Maps*, serta dampak dari pemasangan spanduk promosi.

- **Observasi Langsung**

Selain wawancara, Tim KKN juga melakukan observasi terhadap aktivitas UMKM setelah program berjalan. Observasi ini mencakup peningkatan jumlah pelanggan yang datang langsung ke lokasi usaha, perubahan dalam metode pemasaran, serta peningkatan interaksi antara pemilik usaha dan pelanggan yang menemukan mereka melalui *Google Maps*.

Pembahasan

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan di Desa Sungai Selan Atas, dapat disimpulkan bahwa program digitalisasi dan promosi UMKM memberikan dampak yang signifikan bagi pelaku usaha di desa tersebut. Melalui strategi pendataan, pemetaan lokasi di *Google Maps*, dan pemasangan spanduk promosi, UMKM di Desa Sungai Selan Atas mengalami peningkatan visibilitas dan aksesibilitas bagi pelanggan, baik lokal maupun dari luar daerah.

Salah satu dampak utama dari program ini adalah meningkatnya aksesibilitas UMKM melalui pemetaan digital. Dengan adanya titik koordinat yang ditambahkan di Google Maps, pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha, mengakses informasi produk, serta menghubungi pemilik UMKM secara langsung. Beberapa UMKM melaporkan adanya peningkatan jumlah pelanggan yang datang ke lokasi usaha setelah pemetaan dilakukan.

Pemasangan spanduk di lokasi strategis memberikan manfaat tambahan dalam meningkatkan daya tarik UMKM. Informasi yang jelas mengenai produk dan lokasi usaha membantu masyarakat setempat maupun wisatawan dalam mengenali dan mengakses produk lokal khas Sungai Selan Atas. Kombinasi strategi pemasaran digital dan fisik ini terbukti efektif dalam menjangkau berbagai segmen pelanggan.

Pemetaan UMKM juga membuka peluang kolaborasi antar pelaku usaha. Dengan mengetahui keberadaan UMKM lain di desa mereka, para pelaku usaha mulai menjajaki peluang kerja sama dalam bentuk promosi bersama, pengembangan produk kolaboratif, serta pertukaran informasi bisnis. Hal ini menciptakan ekosistem bisnis lokal yang lebih kuat dan mendukung keberlanjutan usaha mikro di desa. Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM merasakan manfaat dari program ini. Peningkatan jumlah pelanggan, efektivitas pemasaran, serta kemudahan akses informasi menjadi indikator utama keberhasilan program. Namun, beberapa tantangan seperti keterbatasan akses internet dan rendahnya literasi digital masih menjadi kendala yang perlu diatasi di masa mendatang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Digitalisasi telah menjadi tren global yang mengubah sektor ekonomi, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), di mana pemerintah Indonesia mendorong inisiatif ini untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi di daerah pedesaan, tetapi mereka menghadapi berbagai tantangan dalam proses digitalisasi, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi dan rendahnya literasi digital. Meskipun digitalisasi menawarkan manfaat seperti akses pasar yang lebih luas dan sistem pembayaran yang efisien, banyak pelaku UMKM masih bergantung pada metode konvensional dan mengalami kesulitan dalam beradaptasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses digitalisasi di UMKM Desa Sungai Selan Atas dan kendala yang dihadapi, serta dampaknya terhadap pertumbuhan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi seperti pemetaan UMKM di *Google Maps* dan pembagian spanduk promosi meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan pengumpulan data dari para pelaku UMKM yang ada di Desa Sungai Selan Atas, tercatat sebanyak 19 UMKM dari 11 RT yang ada di Desa Sungai Selan Atas. Dengan rincian sebagai berikut ; RT 01 terdapat 1 UMKM, RT 02 terdapat 4 UMKM, RT 03 terdapat 2 UMKM, RT 04 terdapat 2 UMKM, RT 05 terdapat 3 UMKM, RT 06

terdapat 2 UMKM, RT 09 terdapat 2 UMKM, RT 10 terdapat 2 UMKM dan RT 11 terdapat 1 UMKM. Selain itu, pemetaan juga membantu memperkuat jaringan antar UMKM dan kolaborasi. Penggunaan Google Maps memberikan kemudahan bagi konsumen, terutama di daerah dengan konektivitas internet terbatas, sementara spanduk menawarkan promosi yang efektif tanpa bergantung pada teknologi. Dengan demikian, digitalisasi dapat menjadi solusi untuk pengembangan UMKM, asalkan tantangan yang ada dapat diatasi. Agar program pengembangan UMKM di Desa Sungai Selan Atas lebih optimal, disarankan untuk meningkatkan sosialisasi dan pelatihan terkait digitalisasi pemasaran, terutama dalam pemanfaatan media sosial dan e-commerce. Selain itu, program ini sebaiknya memiliki sistem pemantauan dan pendampingan berkelanjutan agar UMKM tetap berkembang setelah kegiatan KKN berakhir. Kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti dinas terkait atau pelaku usaha yang lebih besar, juga dapat menjadi strategi efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., Teviana, T., Sienny, S., Hidayat, A., & Khaira, I. (2024). Implementasi digital marketing menggunakan platform e-commerce dan media sosial terhadap masyarakat dalam melakukan pembelian. *TIN: Terapan Informatika*, 5(1). <https://doi.org/10.47065/tin.v5i1.5293>
- Andari, R. N., & Ella, S. (2021). *Model Desa Cerdas Untuk Membangun Indonesia Maju*. Syiah Kuala University Press.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangka Tengah. (2016). *Statistik Daerah Kecamatan Sungai Selan 2016*. Badan Pusat Statistik.
- Fani, R., & Safira, I. (2024). Analisis dampak pengaruh keberadaan e-commerce terhadap pedagang konvensional di Situbondo. *JURNAL ECONOMINA*, 3(1). <https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1145>
- Ilyas, R. (2023). Analysis of the Influence of Digitalization on UMKM Growth (Case Study of Bangka Belitung and Yogyakarta UMKM). *International Journal of Economics, Business, and Computer Science*, 4(2). <https://doi.org/10.38142/ijess.v4i2.462>
- Kumara, R. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ahmad Dahlan University.
- Lino, M., Djani, W., & Neolaka, M. (2025). Pentingnya Data dan Informasi bagi Perencanaan Pembangunan Desa Berkelanjutan. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.54082/jamsi.1422>
- Murtiningsih, D., & Caroline, R. T. M. (2024). Digitalisasi UMKM. *Jurnal Kreativitas Pengabdian*, 7(3). <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i3.13861>
- Nurfadlilah, H. I., & Karniawati, N. (2023). Strategi pemerintah daerah dalam pemberdayaan desa wisata. *Journal of Government Science (GovSci): Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(2). <https://doi.org/10.54144/govsci.v4i2.46>
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi teknologi informasi pada UMKM: Tantangan dan peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1). <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13823>
- Sirait, E., Sugiharto, B. H., Abidin, J., Padang, N. S., & Putra, J. E. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7). <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.4160>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suparjiman, Fitriani, I. D., Pratama, A., Quthb, A. N., Fadhlurrahman, F., Dewi Iwan, F. S., Hisyam, R. A. M., Rani, R., Dibba, R., Mustika, S. T., Hidyana, S. L., & Hunafa, Z. D. (2024). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran online di Desa Sindangpanon. *BEMAS Jurnal Bermasyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.37373/bemas.v4i2.810>

- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2). <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2). <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>