

Pendampingan UMKM dalam Pembuatan Website dan Google Maps Desa Gongseng Jombang

M Alfian Ababil A.H¹, Nurul Aini², Eny Suryowati³

^{1,2,3} Universitas PGRI Jombang, Jombang, Indonesia

Penulis Korespondensi:

Nurul Aini

nurani345@gmail.com

Abstrak:

70% sistem pemasaran UMKM di Desa Gongseng masih kurang memanfaatkan teknologi dan belum terpetakan secara sistematis di Google Maps. Akibatnya, promosi produk UMKM tidak menyebar luas dan orang yang ada di luar daerah Desa Gongseng kesulitan dalam menemukan produsen UMKM. Sehingga, membutuhkan pendampingan UMKM dalam pembuatan website dan Google Maps. Metode pengabdian meliputi pendataan informasi UMKM, perencanaan pembuatan website dan Google Maps, pendampingan dan publikasi. Hasil pengabdian didapat kemudahan akses website UMKM desa, yang menyajikan informasi yang jelas dan informatif, sebanyak 85,7% responden menyatakan sangat setuju dan 14,3% setuju; pemetaan lokasi UMKM mudah diakses, sebanyak 71,4% responden menyatakan sangat setuju dan 28,6% setuju; kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media digital untuk promosi UMKM juga menunjukkan hasil yang positif, dengan 71% menyatakan sangat setuju dan 29% setuju; program layak untuk dikembangkan secara berkelanjutan; 86 % menyatakan sangat setuju dan 14 % setuju. Berdasarkan hasil pengabdian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pendampingan ini dapat meningkatkan visibilitas UMKM Desa Gongseng secara digital, menambah pemahaman pelaku UMKM mengenai pemasaran berbasis teknologi dan meningkatkan aksesibilitas UMKM.

Kata Kunci: *Pendampingan, UMKM, Website, Google Maps, Desa Gongseng*

Pendahuluan

Desa Gongseng merupakan salah satu daerah di Jombang, Jawa Timur. Di Desa Gongseng, terdapat banyak UMKM seperti usaha madu, telur asin, tas, dan kerupuk samiler. Untuk meningkatkan daya saing UMKM, khususnya dalam aspek pemasaran dan akses pasar, perlu pemanfaatan digital. Namun, pada kenyataannya, tidak semua pelaku UMKM mampu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital secara maksimal. Berdasarkan hasil observasi UMKM Desa Gongseng, didapatkan bahwa 70% sistem pemasaran UMKM di Desa Gongseng masih kurang memanfaatkan teknologi dan belum terpetakan secara sistematis di Google Maps. Akibatnya, promosi produk UMKM tidak menyebar luas dan orang yang ada di luar daerah Desa Gongseng kesulitan dalam menemukan produsen UMKM. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat dalam pemanfaatan digital. Kondisi tersebut sesuai dengan hasil penelitian bahwa UMKM pada umumnya masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi informasi, khususnya internet; akibatnya, jangkauan pemasaran kurang maksimal (Ok et al., 2025). Sehingga UMKM membutuhkan pendampingan berbasis digital.



Gambar 1. UMKM Madu



Gambar 2. UMKM Telur Asin



Gambar 4. UMKM Samiler.



Gambar 3. UMKM Produksi Tas

Berdasarkan analisis situasi UMKM Desa Gongseng di atas, perlu pendampingan dalam pemanfaatan teknologi, khususnya pembuatan website dan Google Maps. Pemanfaatan teknologi digital seperti website dan platform berbasis lokasi terbukti mampu meningkatkan visibilitas dan kredibilitas usaha (Nur et al., 2025). Website memiliki peran yang sangat penting sebagai media pemasaran digital karena dapat menyajikan informasi bisnis, menampilkan katalog produk, serta membantu memperluas jangkauan pasar dengan lebih efektif dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Website sebagai media pemasaran digital mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar karena menyediakan informasi yang lengkap dan mudah diakses (Trissetianto et al., 2025). Optimalisasi penggunaan Google Maps untuk meningkatkan visibilitas lokasi usaha. Penggunaan Google Maps dan layanan berbasis lokasi terbukti dapat meningkatkan aksesibilitas usaha serta mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi bisnis (Rahmawati et al., 2025).

Kegiatan pengabdian ini meliputi pendampingan pembuatan profil usaha digital, desain identitas visual sederhana, serta dokumentasi produk UMKM agar pemasaran lebih terarah, mampu menjangkau pasar yang lebih luas, dan pemetaan UMKM di Google Maps. Sasaran kegiatan ini adalah pelaku UMKM Desa Gongseng, khususnya UMKM Madu Wonosalam (SAMSI), Telur Asin WR Ubay, usaha pembuatan tas skala besar, serta usaha kerupuk samiler, yang selama ini masih terbatas dalam pemanfaatan media digital untuk promosi dan branding usaha.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu UMKM dalam pembuatan dan pengelolaan website sebagai media promosi, serta mengoptimalkan penggunaan Google Maps untuk meningkatkan visibilitas usaha. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini antara lain meningkatnya jangkauan pemasaran, kemudahan akses informasi bagi konsumen, peningkatan daya saing UMKM, serta terciptanya kemandirian mitra dalam memanfaatkan teknologi digital secara berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2026 di balai Desa Gongseng. Sebelum melakukan pengabdian, pengabdi melakukan koordinasi dengan perangkat Desa Gongseng terkait izin dan informasi UMKM. Khalayak mitra berdasarkan informasi UMKM melalui perangkat desa. Metode Pengabdian: Pertama, mendata UMKM meliputi nama usaha, jenis produk, dan lokasi usaha. Perencanaan teknis media digital meliputi menyiapkan konsep website Pasar Desa Gongseng, blog profil UMKM dan pemetaan Google Maps UMKM. Pendampingan pembuatan website pemasaran UMKM telur asin, samiler, tas kustom, tape, dan lontong di LINK.ID Desa Gongseng; Mengunggah artikel profil UMKM pada Blogspot Pemerintahan Desa Gongseng; Menambahkan titik lokasi UMKM telur asin, samiler, tas kustom, tape, dan lontong di Google Maps; Melengkapi informasi lokasi dengan nama usaha, deskripsi singkat, dan foto pendukung. Publikasi dan Promosi Digital: Mempublikasikan website dan akun pemasaran UMKM melalui website desa dan media sosial; menyebarluaskan informasi kepada masyarakat Desa Gongseng untuk meningkatkan jangkauan pasar. Indikator keberhasilan: lebih dari 80% respons positif dari UMKM; metode evaluasi menggunakan angket.

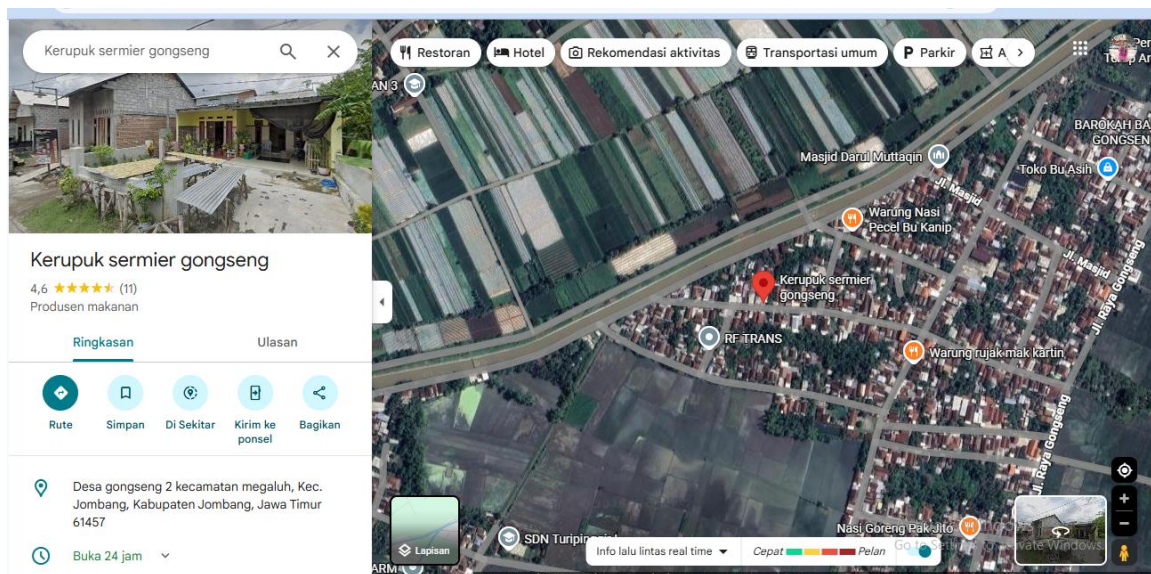
Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian diawali dengan tahap identifikasi UMKM. Tim pengabdi mengumpulkan data UMKM berupa nama usaha, jenis produk, serta lokasi usaha secara sistematis. Pendataan UMKM sangat penting dalam pengembangan strategi digitalisasi UMKM, karena memungkinkan perencanaan intervensi yang tepat sasaran (Awaliah & Dwiridotjahjono, 2025). Selanjutnya, tim pengabdi merencanakan teknis pengembangan media digital yang meliputi penyusunan konsep website “Pasar Desa Gongseng”, pembuatan blog profil UMKM, serta pemetaan lokasi usaha menggunakan Google Maps. Pengembangan media digital ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM di era ekonomi digital. Pemanfaatan platform digital seperti website dan media sosial mampu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan interaksi dengan konsumen secara efektif (Trissetianto et al., 2025).

Implementasi kegiatan dilaksanakan pada tanggal 22 Januari 2026 melalui pendampingan langsung kepada pelaku UMKM dalam pembuatan dan pengelolaan media digital. Pada tahap ini, dilakukan pembuatan website pemasaran UMKM melalui platform LINK.ID yang memuat berbagai produk unggulan Desa Gongseng, seperti telur asin, samiler, tas kustom, tape, dan lontong. Selain itu, tim pengabdian juga mengunggah artikel profil UMKM pada Blogspot Pemerintahan Desa Gongseng sebagai media informasi dan promosi berbasis konten. Selain itu, penambahan titik lokasi UMKM pada Google Maps. Setiap lokasi dilengkapi dengan informasi detail berupa nama usaha, deskripsi singkat, serta foto pendukung. Upaya ini sejalan dengan hasil pengabdian bahwa kehadiran bisnis pada platform digital berbasis lokasi dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempermudah proses pencarian produk atau jasa (Rizqiana et al., 2025). Tahap akhir kegiatan adalah publikasi dan promosi digital. Website dan akun pemasaran UMKM dipublikasikan melalui website resmi desa serta media sosial untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.



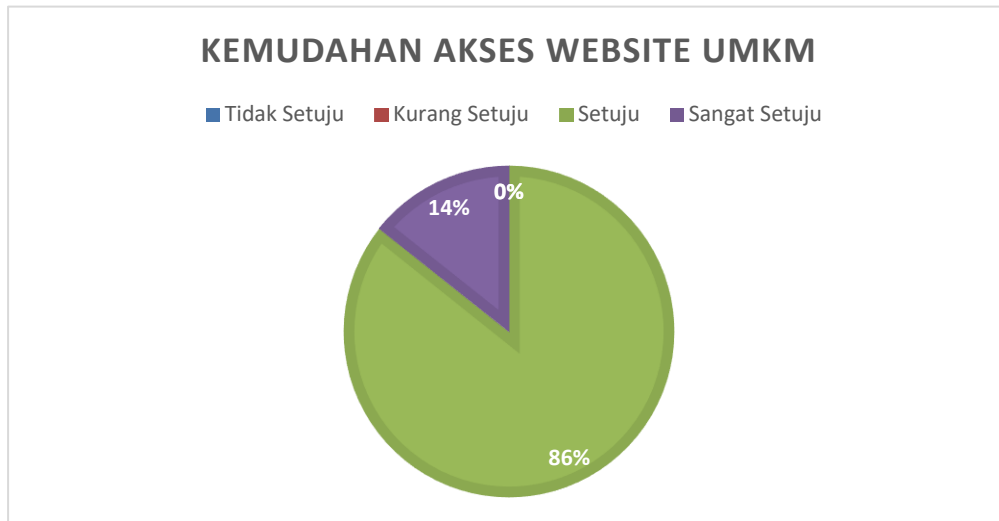
Gambar 5. Website UMKM



Gambar 6. Salah Satu Google Maps: UMKM Krupuk Samiler

Selanjutnya, dilakukan evaluasi dengan menggunakan angket. Angket diberikan kepada UMKM. Hasil angket menunjukkan bahwa program website UMKM serta pemetaan lokasi UMKM memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian masyarakat, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha.

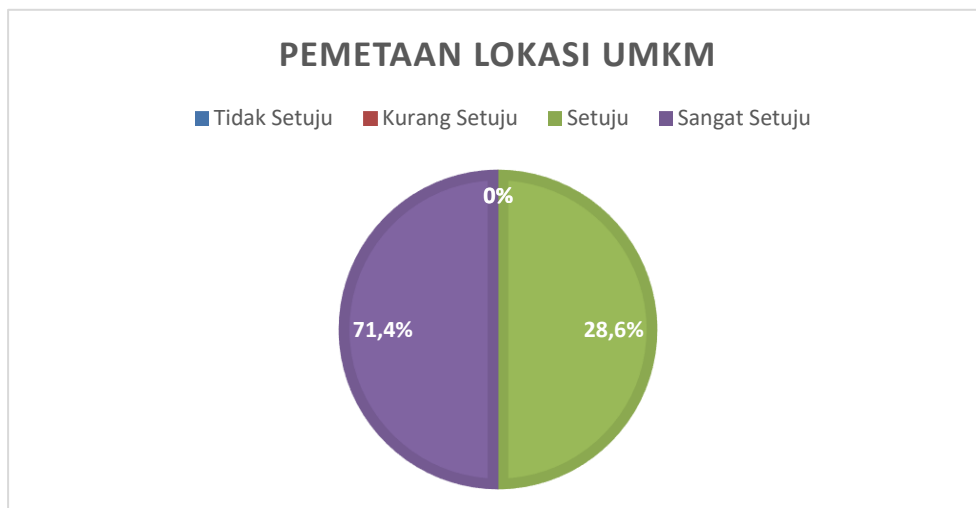
Pada pernyataan mengenai kemudahan akses website UMKM desa, yang menyajikan informasi yang jelas dan informatif, sebanyak 85,7% responden menyatakan sangat setuju dan 14,3% setuju.



Gambar 7. Kemudahan Akses Website UMKM

Gambar 6, menunjukkan bahwa platform digital yang disediakan telah berfungsi dengan baik dan dapat diakses tanpa hambatan berarti. Temuan ini menunjukkan bahwa website tidak hanya mudah diakses, tetapi juga mampu menyajikan informasi yang jelas dan informatif sehingga membantu masyarakat maupun konsumen dalam memperoleh gambaran mengenai produk dan profil usaha UMKM.

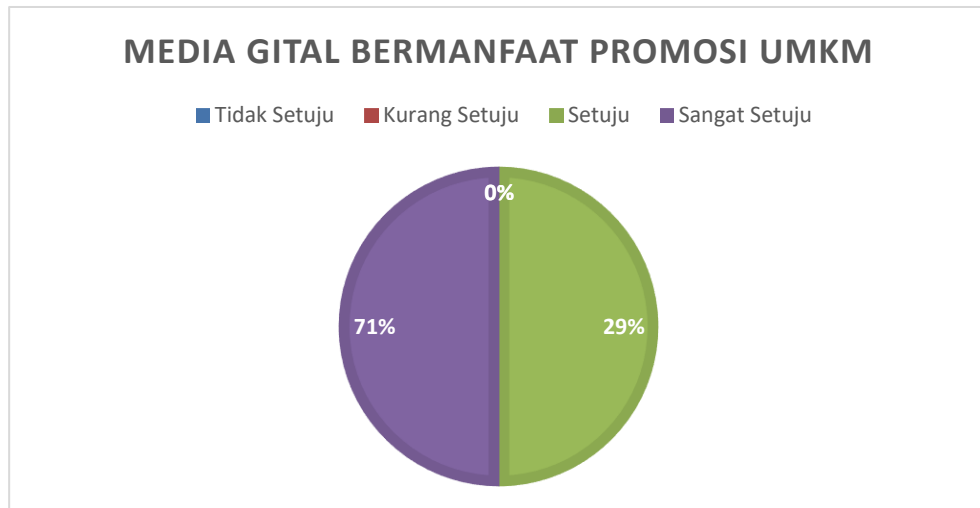
Pada aspek pemetaan lokasi UMKM yang mudah diakses, sebanyak 71,4% responden menyatakan sangat setuju dan 28,6% setuju.



Gambar 8. Pemetaan Lokasi UMKM

Gambar 8. Fitur tersebut mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi usaha. Persentase ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi pemetaan berkontribusi dalam meningkatkan visibilitas UMKM serta berpotensi memperluas jangkauan pasar.

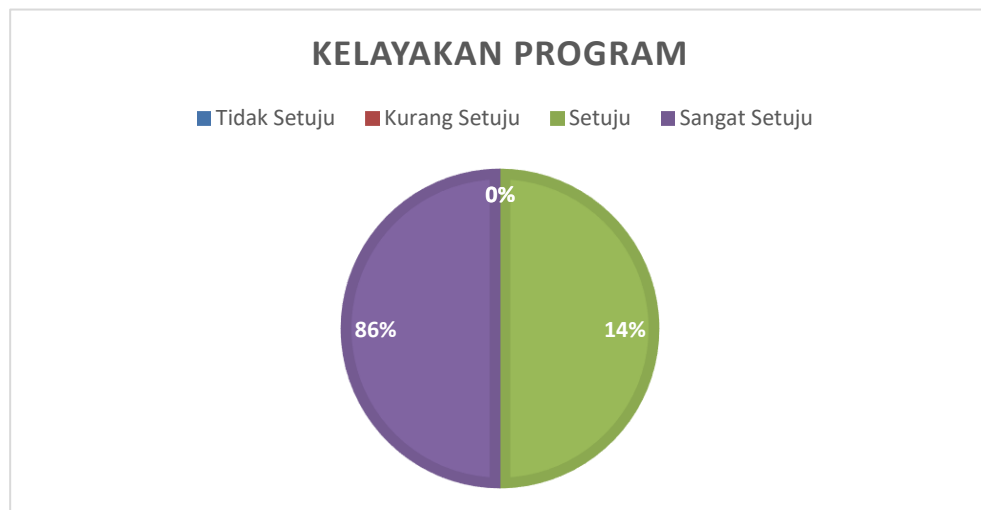
Aspek kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media digital untuk promosi UMKM juga menunjukkan hasil yang positif, dengan 71% menyatakan sangat setuju dan 29% setuju.



Gambar 9. Media Gital Bermanfaat Promosi UMKM

Gambar 9. Hal ini menandakan bahwa program pendampingan berhasil mendorong terjadinya transfer pengetahuan dan keterampilan digital, sehingga pelaku UMKM menjadi lebih percaya diri dalam mengelola strategi pemasaran secara mandiri.

Aspek program layak untuk dikembangkan secara berkelanjutan; 86 % menyatakan sangat setuju dan 14 % setuju.



Gambar 10. Kelayakan Program

Gambar 10. Hasil ini menegaskan bahwa program website UMKM dan pemetaan lokasi UMKM dipandang relevan, bermanfaat, serta memiliki potensi untuk terus dikembangkan dalam mendukung kemandirian ekonomi lokal.

Berdasarkan hasil pendampingan di atas memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan digital UMKM. Peserta UMKM mampu membuat web sederhana dan mendaftarkan Usahanya di google maps sehingga informasi usaha seperti alamat, produk dan lain-lain dapat di akses dengan mudah oleh masyarakat. Peserta UMKM merasa terbantu dalam mempromosikan produknya. Hal ini sesuai, pendapat yang menyatakan bahwa konsumen moderen sebelum membeli produk mencari informasi produk melalui Google Map dan webseite (Kotler, et al, 2021).

Secara keseluruhan, hasil pengabdian ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan website dan google maps dapat meningkatkan promosi usaha, meningkatkan visibilitas usaha serta mendukung daya saing UMKM di era digital. Dengan demikian, pendampingan berbasis teknologi merupakan strategi yang relevan

dan efektif untuk meningkatkan perkembangan UMKM di Indonesia.

Simpulan

Kegiatan pendampingan UMKM dalam pembuatan website dan Google Maps Desa Gongseng Jombang dapat meningkatkan visibilitas UMKM Desa Gongseng secara digital, menambah pemahaman pelaku UMKM mengenai pemasaran berbasis teknologi dan meningkatkan aksesibilitas UMKM. Dengan adanya website UMKM, terdapat peningkatan pemasaran produk UMKM, sehingga memperkuat citra profesional UMKM dan dapat memperluas kemitraan UMKM. Google Maps merupakan media informasi yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini.

Ucapan Terimakasih

Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Gongseng dan perangkatnya serta UMKM Desa Gongseng.

Referensi

- Awaliah, A. N., & Dwiridotjahjono, J. (2025). Pendampingan UMKM dalam meningkatkan kemampuan digital melalui implementasi digitalisasi proses bisnis pada UMKM Gayungan, Surabaya. *Jurnal Sinabis*, 1(3), 842–847.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Nur, N., Sitanggang, R., Rinardi, M., Yuni, H., & Diah, N. (2025). Pendampingan pendaftaran UMKM di Google Maps sebagai upaya peningkatan visibilitas usaha di Desa Sempajaya. 9(3), 561–568.
- Ok, A. H., Parulian, U., & Husna, T. A. (2025). Penguatan branding UMKM desa melalui digitalisasi pemetaan Google Maps pada program KKN. 5(2), 1918–1925.
- Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., & Naasyiroh, R. I. (2025). Penguatan identitas dan aksesibilitas UMKM melalui digitalisasi lokasi usaha di Google Maps sebagai strategi digital dalam meningkatkan jangkauan konsumen. 3(1), 147–153.
- Rizqiana, I., Putri, D. A., Aini, S. K., N, E. S. A., Rohman, A., Wahidin, M. R., & Putri, G. G. (2025). Digitalisasi UMKM melalui pendampingan pembuatan NIB, QRIS, dan Google Maps di Desa Sumberdadap Kabupaten Tulungagung: UMKM digitalization assistance through creating NIB, QRIS, and Google Maps in Desa Sumberdadap. *Jurnal ETAM*, 5(3), 58–68.
- Trisasetianto, A. C., Cahyono, D. T., & Miharja, J. (2025). The influence of website quality and digital trust on brand loyalty through user satisfaction as a mediator. 3(2), 76–85.