

## Strategi Peningkatan Branding UMKM melalui Digitalisasi dan Pembuatan Plang di Desa Jimbung, Kec. Kalikotes, Kab. Klaten

Muhammad Syaiful Rahmat Ariyadi<sup>1\*</sup>, Arifah Cahyo Andini Suparmun<sup>2</sup>, Luthfi Nurul Hayati<sup>3</sup>, Nadia Anugraini<sup>4</sup>, Nida' unnuha Mufida<sup>5</sup>, Muhammad Rizki<sup>6</sup>, Muhibb Fazlurrohman<sup>7</sup>

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Klaten

Email: syaifulrahmat368@gmail.com<sup>1\*</sup>, arifah@umkla.ac.id<sup>2</sup>, luthfihayati1@gmail.com<sup>3</sup>, nadianrain22@gmail.com<sup>4</sup>, nidaunnuhamufida@gmail.com<sup>5</sup>, mr.447937764@gmail.com<sup>6</sup>, muhibbrahman@gmail.com<sup>7</sup>

### Article History:

Received: 30 Oktober 2025

Revised: 08 November 2025

Accepted: 10 November 2025

**Keywords:** *UMKM, branding, digitalisasi*

**Abstract:** *UMKM merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat desa, termasuk di Desa Jimbung Gua, Kecamatan Kalikotes, Kabupaten Klaten. Namun, potensi besar UMKM lokal belum sepenuhnya terkelola dengan baik karena keterbatasan strategi branding. Artikel ini membahas program pemberdayaan masyarakat melalui optimalisasi digitalisasi dan pembuatan plang UMKM. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan identitas visual usaha, keterjangkauan konsumen yang lebih luas, serta peningkatan kepercayaan terhadap UMKM desa. Dengan demikian, integrasi branding offline melalui plang usaha dan branding online melalui Google Maps menjadi strategi efektif untuk memperkuat daya saing UMKM.*

### PENDAHULUAN

Pendidikan pada dasarnya bertujuan untuk mengupayakan transfer nilai (*value*), pengetahuan (*knowledge*), dan keterampilan (*skill*) (Arifah Cahyo Andini Suparmun, Bambang Sumardjoko, 2021). Pada konteks pendidikan tinggi, Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu komponen penting dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi yang memerlukan keterlibatan aktif civitas akademika untuk menjawab permasalahan yang dihadapi masyarakat. Melalui kegiatan ini, perguruan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai pusat pembelajaran dan penelitian, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang berkontribusi nyata terhadap kemajuan masyarakat (Pratiwi, 2021). Aktivitas ini sekaligus menjadi jembatan untuk menghubungkan kesenjangan antara pengetahuan akademik dan kebutuhan praktis masyarakat, khususnya bagi kelompok yang masih mengalami keterbatasan akses terhadap informasi dan teknologi.

Dalam beberapa tahun terakhir, transformasi digital menjadi tren global yang membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, terutama pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Rohim et al., 2021). Digitalisasi membuka peluang besar dalam memperluas jangkauan pasar, memperkuat identitas merek, serta mempercepat pertumbuhan usaha. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang mengalami keterbatasan dalam pemanfaatan

teknologi akibat kurangnya pemahaman, keterampilan, dan akses informasi, sehingga tertinggal dalam menghadapi dinamika persaingan bisnis modern.

Desa Jimbung Gua, Kecamatan Kalikotes, Kabupaten Klaten, merupakan salah satu desa wisata yang memiliki potensi ekonomi lokal yang besar. Keindahan alam, warisan budaya, serta semangat kewirausahaan masyarakat menjadi modal berharga bagi pengembangan ekonomi kreatif. Beragam UMKM berkembang di desa ini, seperti warung kelontong, toko pakan ternak, penjahit, warung telur asin, bengkel, hingga warung sayur, yang semuanya berpotensi besar untuk meningkatkan branding dan daya saing produk lokal.

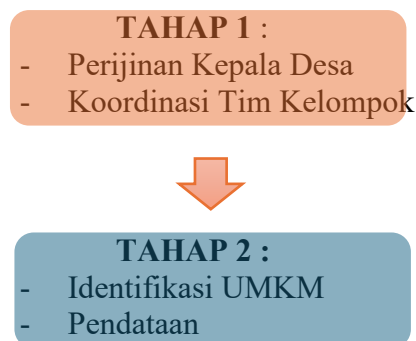
Meskipun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya termanfaatkan secara optimal. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di Desa Jimbung Gua adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan cara tradisional untuk memperkenalkan produk, sehingga sulit bersaing dengan kompetitor yang telah memanfaatkan pemasaran berbasis digital (Hasanah & Monica, 2023). Selain itu, kelemahan lain terletak pada identitas usaha: masih banyak UMKM yang belum memiliki plang sebagai penanda visual, membuat usaha mereka kurang dikenali konsumen.

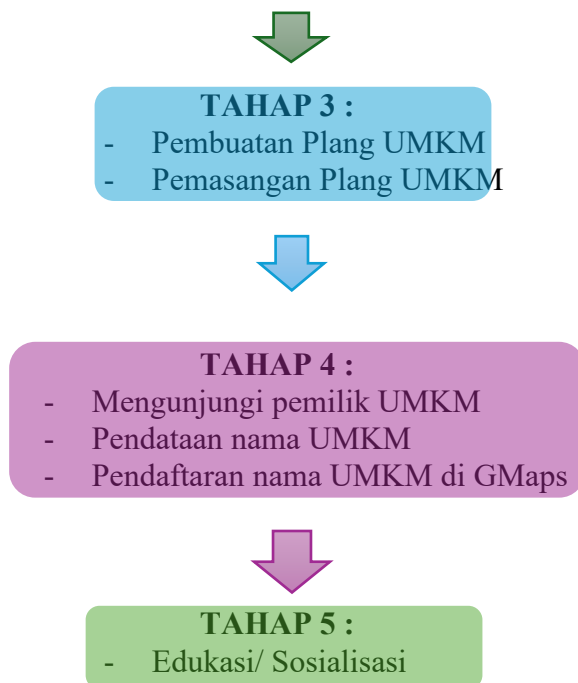
Di era digital saat ini, kehadiran *platform daring* menjadi faktor kunci dalam meningkatkan visibilitas UMKM (Bagiana et al., 2025). Salah satu media yang sangat efektif adalah Google Maps (Gmaps), yang menyediakan informasi lokasi usaha, jam operasional, hingga ulasan pelanggan. Dengan memanfaatkan Gmaps, pelaku UMKM dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen, baik masyarakat lokal maupun pengunjung dari luar daerah (Rohim, 2022). Sayangnya, sebagian besar UMKM di Desa Jimbung Gua belum memanfaatkan fasilitas ini secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan akses teknologi.

Untuk menjawab tantangan tersebut, program pemberdayaan masyarakat dirancang melalui dua pendekatan utama. Pertama, pembuatan plang UMKM sebagai identitas visual offline yang mempermudah konsumen mengenali lokasi usaha. Kedua, optimalisasi digitalisasi UMKM melalui penandaan lokasi di Google Maps sebagai identitas digital yang memperluas jangkauan pasar (Hardaningtyas et al., 2023). Program ini tidak hanya memberikan identitas usaha secara fisik dan digital, tetapi juga memberikan edukasi pentingnya pemanfaatan teknologi dalam pengembangan UMKM.

Dengan adanya sinergi antara pembuatan plang UMKM dan optimalisasi Google Maps, diharapkan branding UMKM di Desa Jimbung Gua dapat meningkat, daya saing produk semakin kuat, serta kemandirian ekonomi masyarakat desa dapat terus berkembang di tengah persaingan global yang semakin kompetitif.

## METODE





**Gambar 1.** Metode Pelaksanaan

Untuk melaksanakan program KKN dalam optimalisasi digitalisasi Google Maps dan pembuatan plang UMKM di Dusun Jimbung Gua. Metode yang digunakan yaitu :

1. Meminta Perijinan  
Perizinan dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan aturan, melibatkan pihak berwenang, serta mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah desa dan masyarakat setempat.
2. Identifikasi UMKM  
Pendataan dilakukan untuk mengetahui jumlah, jenis usaha, dan kondisi branding UMKM yang ada di desa.
3. Pembuatan Plang UMKM  
Plang usaha dirancang secara sederhana, informatif, dan menarik untuk menampilkan identitas usaha. Hal ini bertujuan meningkatkan profesionalisme dan memudahkan konsumen dalam mengenali lokasi usaha.
4. Digitalisasi melalui Google Maps  
Lokasi UMKM didaftarkan dan dioptimalkan pada Google Maps. Proses ini meliputi pembuatan akun, penambahan informasi usaha, foto produk, serta jam operasional.
5. Edukasi dan Sosialisasi  
Pelaku UMKM diberikan pendampingan terkait pentingnya *branding*, strategi pemasaran digital, serta cara memanfaatkan Google Maps untuk promosi usaha.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi kebeberapa tahapan, kegiatan ini merupakan inisiatif mahasiswa dari kelompok 6 karena melihat sulitnya menemukan informasi lokasi UMKM di Dusun Jimbung Gua serta masih kurangnya informasi UMKM yang berada di Dusun Jimbung Gua.



**Gambar 2.** Meminta perizinan dari Kepala Dusun

Dalam Gambar 2. Tahap pertama yang dilakukan adalah tahap perizinan merupakan salah satu langkah penting sebelum pelaksanaan program pembuatan plang UMKM dan penambahan lokasi UMKM di Google Maps. Proses ini dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan aturan, melibatkan pihak berwenang, serta mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah desa dan masyarakat setempat.

Perizinan diawali dengan koordinasi mahasiswa kelompok 6 bersama Kepala Dusun dan perangkat desa. Pada tahap ini, mahasiswa menyampaikan maksud dan tujuan program, yakni pembuatan plang UMKM dan penunjuk arah UMKM, serta digitalisasi informasi usaha melalui Google Maps. Kepala Dusun memberikan masukan terkait lokasi strategis penempatan plang, pemilihan nama jalan, dan penentuan titik-titik UMKM yang akan diprioritaskan.

Setelah tercapai kesepakatan, mahasiswa kemudian melakukan pengurusan berkas perizinan kepada pihak terkait, termasuk Ketua RT, Kepala Dusun, dan tokoh masyarakat. Berkas perizinan tersebut memuat daftar nama jalan, rencana pembuatan plang, lokasi pemasangan, serta daftar UMKM yang akan didaftarkan dalam digitalisasi Google Maps. Tahap ini penting agar program memiliki legitimasi yang kuat serta menghindari potensi kesalahpahaman di kemudian hari.

Proses pengurusan perizinan berjalan lancar karena adanya dukungan dari perangkat desa dan antusiasme masyarakat. Setelah seluruh dokumen perizinan disetujui, mahasiswa bersama warga dapat melaksanakan tahap berikutnya, yaitu pengerjaan fisik pembuatan plang dan digitalisasi UMKM. Dengan adanya perizinan yang jelas, pelaksanaan program dapat berjalan dengan tertib, terarah, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Desa Jimbung Gua.



**Gambar 3.** Proses pendataan dan identifikasi UMKM

Dalam Gambar 3. Tahap kedua yang dilakukan adalah tahap pendataan dan identifikasi UMKM di Dusun Jimbung Gua. Dari hasil observasi awal ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki media identitas usaha yang jelas, baik berupa papan nama maupun *branding* digital. Kondisi ini menyulitkan masyarakat maupun pengunjung untuk menemukan lokasi usaha. Selain itu, akses informasi mengenai UMKM desa masih sangat terbatas.

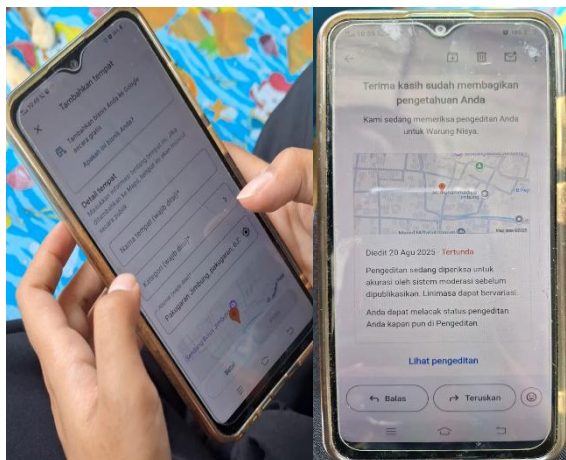
Pendataan yang dilakukan mencakup jumlah pelaku usaha, jenis usaha, serta kondisi *branding* yang telah dimiliki. Berdasarkan data tersebut, mahasiswa menyusun strategi penamaan jalan sebagai dasar pembuatan plang usaha. Proses ini dilakukan melalui diskusi bersama kepala dusun dan tokoh masyarakat, yang menghasilkan 16 titik nama jalan pada UMKM di Dukuh Jimbung Gua. Identifikasi ini menjadi fondasi utama bagi pelaksanaan program, karena memberikan gambaran kondisi riil UMKM dan kebutuhan *branding* yang mendesak.



**Gambar 4.** Proses pemasangan plang

Pada Gambar 4. Tahap ketiga adalah pembuatan plang usaha yang berfungsi sebagai identitas visual sekaligus sarana penunjuk arah lokasi UMKM. Proses ini diawali dengan perencanaan material, di antaranya papan kayu sebanyak 16 papan berukuran 100x60 cm, *banner* nama UMKM yang sudah dicetak, serta perlengkapan tambahan lainnya.

Setelah plang selesai dibuat, tahap selanjutnya adalah pemasangan di titik-titik strategis sesuai dengan nama jalan yang telah ditetapkan. Pembuatan plang ini tidak hanya mempermudah masyarakat dalam menemukan lokasi UMKM (Lisdahayati et al., 2024), tetapi juga meningkatkan kesan profesionalisme usaha. Kehadiran plang membuat UMKM memiliki identitas visual yang lebih jelas, sekaligus memperkuat citra usaha di mata konsumen.



**Gambar 5.** Proses penambahan nama jalan di google maps

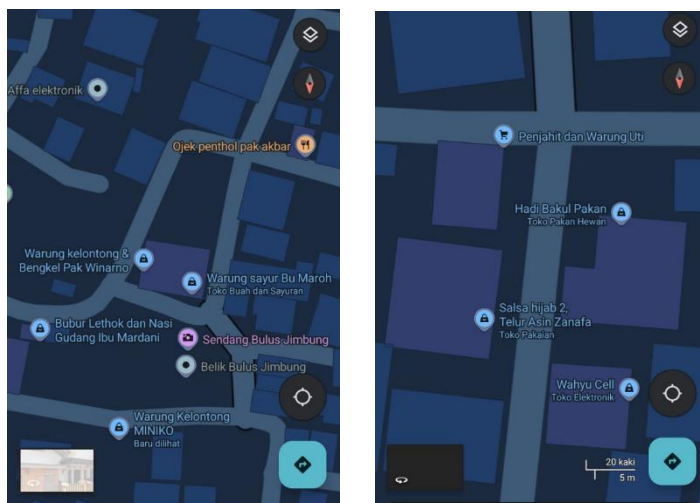
Selain pembuatan plang, *branding* UMKM juga diperkuat melalui digitalisasi lokasi usaha di Google Maps seperti pada Gambar 5. Tahap ini meliputi pembuatan akun bisnis, penambahan informasi dasar (nama usaha, alamat, kontak, jam operasional), serta unggahan foto produk maupun tampilan tempat usaha. Dengan adanya digitalisasi ini, UMKM Desa Jimbung Gua lebih mudah ditemukan melalui pencarian daring. Konsumen dapat melihat lokasi, membaca ulasan, hingga menavigasi langsung menuju tempat usaha. Integrasi antara plang fisik dan Google Maps menghasilkan sinergi *branding* yang lebih kuat.

Plang berfungsi sebagai penanda nyata di lapangan, sementara Google Maps memperkuat kehadiran digital UMKM sehingga menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk dari luar desa. Hasilnya, sejumlah UMKM desa yang sebelumnya sulit ditemukan kini dapat diakses lebih mudah oleh konsumen, yang berdampak positif pada peningkatan visibilitas dan potensi penjualan.

Tahap terakhir adalah edukasi dan sosialisasi kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk diskusi dan pendampingan langsung, di mana pelaku UMKM diberikan pemahaman tentang:

1. Pentingnya identitas visual usaha melalui plang.
2. Strategi *branding* digital untuk memperluas jangkauan pasar.
3. Cara mengelola akun bisnis di Google Maps, termasuk memperbarui informasi, mengunggah foto terbaru, serta merespons ulasan konsumen.

Pendampingan ini bertujuan agar pelaku UMKM tidak hanya menerima hasil program berupa plang dan akun digital, tetapi juga mampu mengelola serta mengembangkannya secara mandiri di masa mendatang. Dengan demikian, keberlanjutan program dapat terjaga dan memberikan dampak jangka panjang bagi pertumbuhan UMKM desa.



**Gambar 6.** Nama jalan dan UMKM yang nampak setelah ditambahkan pada di google maps

Program pendaftaran UMKM Desa Jimbung Gua ke dalam platform Google Maps berhasil dilakukan dengan jumlah total 16 titik lokasi usaha. Pada gambar 6. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di desa tersebut telah memiliki identitas digital yang dapat diakses secara luas oleh masyarakat. Pencantuman nama dan lokasi usaha di Google Maps tidak hanya mempermudah konsumen dalam menemukan produk dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga memberikan nilai tambah berupa peningkatan kredibilitas dan visibilitas usaha.

Setiap UMKM yang didaftarkan telah dilengkapi dengan informasi dasar, seperti:

1. Nama usaha
2. Alamat lengkap
3. Kategori usaha
4. Jam operasional
5. Nomor kontak (bagi yang tersedia)

Beberapa usaha juga telah mendapatkan foto lokasi dan produk yang diunggah sebagai bagian dari branding visual. Hal ini menjadikan profil usaha lebih menarik dan meningkatkan peluang konsumen untuk melakukan kunjungan langsung.

Adapun 16 titik usaha UMKM yang telah terdaftar di Google Maps meliputi berbagai sektor, di antaranya:

1. Usaha kuliner (warung makan, penjual telur asin, warung sayur)
2. Toko kelontong dan bahan pokok
3. Bengkel dan jasa perbaikan
4. Toko pakan ternak
5. Usaha jahit dan pakaian
6. Usaha kecil lainnya yang berbasis kebutuhan harian masyarakat

Hasil pendaftaran ini memberikan dampak positif secara langsung. Pertama, UMKM kini lebih mudah dijangkau oleh konsumen lokal maupun pendatang yang mencari lokasi melalui

pencarian daring. Kedua, kehadiran UMKM di Google Maps membuka peluang bagi pengembangan promosi digital lanjutan, seperti integrasi dengan ulasan pelanggan dan fitur *Google Business*. Ketiga, peta digital dengan 16 titik usaha ini dapat menjadi dasar pemetaan potensi ekonomi desa, yang bermanfaat bagi pemerintah desa maupun pihak eksternal yang ingin menjalin kerja sama.

Dengan demikian, pendaftaran UMKM Desa Jimbung Gua ke dalam Google Maps dapat dikatakan berhasil memperkuat identitas digital dan menjadi langkah awal dalam memperluas akses pasar melalui teknologi. Ke depan, program ini dapat terus ditingkatkan dengan menambahkan foto produk yang lebih profesional, mengelola ulasan pelanggan, serta melakukan promosi terintegrasi untuk memperkuat branding UMKM desa Jimbung Gua.

## **KESIMPULAN**

Hasil pelaksanaan program menunjukkan bahwa sinergi antara *branding* offline dan online sangat penting dalam mendukung perkembangan UMKM desa Jimbung Gua. Pembuatan plang usaha berhasil meningkatkan identitas visual dan profesionalisme, sementara digitalisasi melalui Google Maps memperluas jangkauan konsumen. Kombinasi keduanya menciptakan sistem informasi yang terintegrasi, mempermudah masyarakat dalam mencari lokasi UMKM, sekaligus memperkuat daya saing usaha lokal di tengah era digital. Selain itu, keterlibatan aktif masyarakat dalam proses perencanaan hingga pelaksanaan mencerminkan keberhasilan program dalam aspek pemberdayaan. Dari sisi akademik, kegiatan ini mendukung konsep *community empowerment* dengan pendekatan partisipatif, di mana masyarakat bukan hanya sebagai objek penerima manfaat, melainkan juga sebagai subjek aktif dalam mengembangkan potensi ekonomi desanya.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Dukuh Jimbung Gua RW 21, Desa Jimbung Gua, Kecamatan Kalikotes, Kabupaten Klaten dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Universitas Muhammadiyah Klaten beserta seluruh jajaran pimpinan yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta fasilitas dalam pelaksanaan program KKN.
2. Ibu Arifah Cahyo Andini Suparmun M.Pd, selaku Dosen pembimbing lapangan yang senantiasa memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama kegiatan berlangsung.
3. Bpk. Padiyo selaku Kepala Desa Jimbung Gua beserta perangkat desa, yang telah memberikan izin, dukungan, serta kerja sama dalam setiap program kerja KKN.
4. Masyarakat Desa Jimbung Gua, khususnya warga Dukuh Jimbung Gua RW 21, yang dengan penuh antusiasme dan keterbukaan telah mendukung, berpartisipasi, serta bekerja sama dalam pelaksanaan berbagai kegiatan.
5. Rekan-rekan mahasiswa kelompok KKN 6, yang telah bekerja sama dengan penuh tanggung jawab, kekompakan, dan dedikasi sehingga seluruh program dapat terlaksana sesuai rencana.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, kegiatan KKN ini tidak akan terlaksana dengan optimal. Semoga segala bantuan dan kerja sama yang telah diberikan menjadi amal kebaikan dan mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

## DAFTAR REFERENSI

- Bagiana, I. K., Ulandari, N., & ... (2025). Transformasi Digital Umkm Melalui Edukasi Branding Dan Promosi Sosial Media. *Prosiding Seminar ...*, 4, 586–593. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/seminarfeb/article/view/11711>
- Hardaningtyas, R. T., Maharani, S. P. A., Santika, H. R., Maharani, A. P., Alalhudy, M. R., Nabila, P. A., Wulandari, A. I., Pramada, P., Salim, G., Aulia, M. A., Farhan, J., Afrizal, A., & Rivniansyah, I. (2023). Tingkatkan branding UMKM desa dengan optimalisasi sistem informasi desa menggunakan google maps. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(3), 738–744. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i3.20632>
- Hasanah, N., & Monica, A. V. (2023). Pengabdian Kepada Masyarakat: Pemilihan Pendekatan, Strategi, Model dan Metode Pembelajaran pada Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 3(1), 45–53. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v3i1.122>
- Lisdahayati, L., Pome, G., Harsanto, D. E., & Saprianto, S. (2024). Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat JURNAL DAMARWULAN Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 373–379. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/JPMD/article/view/485>
- Pratiwi, M. S. (2021). Journal of Sustainable Community Development. *Jurnal of Sustainable Community Development*, 3(2), 119–132. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13883989>
- Rohim, R., Asmuni, A., & Supriyadi, I. (2021). Social Entrepreneurship: Village Owned Enterprises Development Strategy. *E-Proceeding Stie ...*, 2019, 100–105. <http://jurnal.stie-mandala.ac.id/index.php/e proceeding/article/view/447/417>
- Arifah Cahyo Andini Suparmun, Bambang Sumardjoko, M. (2021). Nilai-Nilai Islam Berkemajuan dalam Buku Ajar Pendidikan Kemuhammadiyah SMA/SMK/MA. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 13(2). <https://doi.org/10.30596/intiqad.v13i2.7723>
- Rohim. (2022). Digitalisasi Umkm Melalui Pelatihan Google Maps Dan Pemasaran Online. *IEEEJ Transactions on Power and Energy*, 142(12), NL12\_1–NL12\_1. [https://doi.org/10.1541/ieejpes.142.nl12\\_1](https://doi.org/10.1541/ieejpes.142.nl12_1)
- Suparmun, Arifah Cahyo Andini, Bambang Sumardjoko, & Muthoifin. (2021). Nilai-Nilai Islam Berkemajuan dalam Buku Ajar Pendidikan Kemuhammadiyah SMA/SMK/MA. *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 13(2), 343–359.