



Pemberdayaan Umkm Desa Takaras melalui Pemasangan Spanduk Informasi dan Pendaftaran Lokasi di Google Maps

Empowerment of MSMEs in Takaras Village through Informational Banner Installation and Google Maps Business Registration

Nor Hidayah^{1*}, Yudhojon Novembero², Ida Bagus Suryanatha³

¹⁻³ Universitas Palangka Raya

Email: norhidayah0303@gmail.com^{1*}

Alamat:

**Penulis Korespondensi*

Article History:

Naskah Masuk: 12 Juli 2025;

Revisi: 26 Juli 2025;

Diterima: 23 Agustus 2025;

Tersedia: 20 September 2025;

Keywords:

Banners;
Empowerment; Google Maps;
Local Marketing; MSMEs.

Abstract: The empowerment program for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Takaras Village, Manuhing Subdistrict, Gunung Mas Regency, was carried out to address the problem of low business visibility due to limited promotional media and minimal use of digital technology. Most MSMEs still relied on traditional word-of-mouth promotion, which restricted market reach and reduced competitiveness. To overcome this, the KKN Regular I Team Group 55 of the University of Palangka Raya implemented activities consisting of informational banner installation and business location registration on Google Maps. The methods included field surveys, banner design planning using simple digital tools, direct assistance in location registration, and banner installation at business sites. The program involved 26 MSMEs, of which 18 received banner support. The installation of banners provided a clearer visual identity for each business, while the use of Google Maps significantly improved consumer accessibility to business locations and services. The results showed that the combination of offline (banners) and online (Google Maps) promotion was effective in increasing product visibility, attracting more customers, and strengthening consumer trust. This initiative also encouraged MSMEs to adopt digital technology in their marketing strategies. Overall, the program made a tangible contribution to the digital transformation of local MSMEs and laid the foundation for sustainable community economic competitiveness.

Abstrak

Program pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Takaras, Kecamatan Manuhing, Kabupaten Gunung Mas dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan rendahnya visibilitas usaha akibat keterbatasan media promosi dan minimnya pemanfaatan teknologi digital. Sebagian besar UMKM masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut secara tradisional, yang membatasi jangkauan pasar dan menurunkan daya saing. Untuk mengatasi hal tersebut, Tim KKN Reguler I Kelompok 55 Universitas Palangka Raya melaksanakan kegiatan berupa pemasangan spanduk informasi dan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps. Metode yang digunakan meliputi survei lapangan, perencanaan desain spanduk dengan menggunakan perangkat digital sederhana, pendampingan langsung dalam pendaftaran lokasi, serta pemasangan spanduk di tempat usaha. Program ini melibatkan 26 UMKM, di mana 18 di antaranya memperoleh dukungan berupa spanduk. Pemasangan spanduk memberikan identitas visual yang lebih jelas bagi setiap usaha, sementara pemanfaatan Google Maps secara signifikan meningkatkan aksesibilitas konsumen terhadap lokasi dan layanan usaha. Hasil program menunjukkan bahwa kombinasi promosi offline (spanduk) dan online (Google Maps) efektif dalam meningkatkan visibilitas produk, menarik lebih banyak pelanggan, serta memperkuat kepercayaan konsumen. Inisiatif ini juga mendorong UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dalam strategi pemasaran mereka. Secara keseluruhan, program ini memberikan kontribusi nyata terhadap transformasi digital UMKM lokal dan menjadi landasan bagi peningkatan daya saing ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Google Maps; Pemasaran Lokal; Pemberdayaan; Spanduk; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Provinsi Kalimantan Tengah merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki kekayaan sumber daya alam meliputi sektor pertambangan, hasil hutan, dan perkebunan. Salah satu desa yang berada dalam wilayah tersebut adalah Desa Takaras yang secara administratif termasuk dalam Kecamatan Manuhing, Kabupaten Gunung Mas. Berdasarkan data Kecamatan Manuhing dalam Angka 2024, Desa Takaras memiliki luas wilayah sebesar 93 km² atau sekitar 8,36 persen dari total luas Kecamatan Manuhing yang mencapai 1.113 km². Secara geografis, desa ini terletak pada koordinat 113,6187° Bujur Timur dan 1,5883° Lintang Selatan (Darlan, Nopy, & Metriani, 2022). Jumlah penduduk Desa Takaras tercatat sebanyak 920 jiwa, yang terdiri dari 467 laki-laki dan 453 perempuan. Dengan potensi wilayah serta jumlah penduduk tersebut, Desa Takaras memiliki peluang strategis untuk mendorong pengembangan perekonomian lokal. Salah satu sektor yang dapat dioptimalkan merupakan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM) memiliki potensi signifikan untuk meningkatkan kondisi ekonomi sebagian besar orang dan memberi mereka penghasilan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka sendiri (Rindiyan, Nuzuli, & Oktaviana, 2023). UMKM tidak hanya berfungsi sebagai sarana pengembangan kegiatan usaha masyarakat, tetapi juga sebagai pilar penting dalam menopang perekonomian nasional yang masih berada pada tahap berkembang. Keberadaan UMKM diharapkan mampu menjadi tonggak utama penggerak aktivitas ekonomi rakyat serta memperkuat ketahanan ekonomi daerah (Putri, 2021). Namun, UMKM yang beroperasi di wilayah pedesaan terpencil seperti di Desa Takaras, masih menghadapi berbagai kendala dalam proses pengembangannya. Kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Takaras antara lain masih sangat bergantung pada metode promosi tradisional dari mulut ke mulut tanpa dukungan media digital dan terbatasnya kemampuan badan usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi seperti *Google Maps* untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi berbasis peta sebagai solusi promosi alternatif (Fauziyya, Rashida, & Arif, 2023).

Berdasarkan permasalahan tersebut, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Reguler Kelompok 55 Periode I Universitas Palangka Raya menginisiasi program pemberdayaan UMKM dengan fokus pada dua kegiatan utama, yaitu pemasangan spanduk informasi dan pendaftaran lokasi usaha di aplikasi *Google Maps*. Pemasangan spanduk bertujuan memberikan identitas visual yang jelas bagi setiap usaha sehingga memudahkan konsumen mengenali produk yang ditawarkan (Dona et

al., 2025). Sementara itu, Pendaftaran lokasi usaha di *Google Maps* diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran sekaligus mempermudah akses konsumen, baik dari dalam maupun luar desa. Melalui pemanfaatan fitur ini, UMKM dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam menemukan lokasi toko fisik ketika melakukan pencarian melalui mesin pencari atau aplikasi peta (Salain, Putra, & Dharma, 2024). Pelaksanaan program ini tidak hanya bertujuan untuk mempromosikan, tetapi juga mendidik dan membimbing para pelaku UMKM agar dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperkuat daya saing produknya.

Dengan adanya pemasangan spanduk dan pemanfaatan *Google Maps*, UMKM di Desa Takaras diharapkan dapat meningkatkan efektivitas promosi lokal sekaligus memperluas jangkauan pasar secara berkesinambungan. Lebih jauh, penitikan lokasi usaha ini ditujukan sebagai langkah strategis dalam memperkuat perekonomian desa berbasis digital, sehingga masyarakat memiliki alternatif mata pencaharian yang lebih berkelanjutan dibandingkan bergantung pada aktivitas tambang emas ilegal. Melalui digitalisasi UMKM, Desa Takaras berpeluang memaksimalkan potensi sektor perkebunan, pertanian, dan perdagangan lokal, sekaligus membangun fondasi desa yang mandiri dan berdaya saing.

2. METODE

Program pemasangan spanduk dan penandaan lokasi perusahaan melalui aplikasi Google Maps merupakan salah satu bentuk kegiatan sosial yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Reguler Periode 1 Universitas Palangka Raya. Kegiatan ini ditetapkan sebagai program unggulan karena memiliki nilai strategis dalam mendukung proses modernisasi UMKM di Desa Takaras. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha kecil dan menengah difasilitasi dengan identitas visual berupa spanduk yang memuat nama usaha, jenis produk yang tersedia, serta informasi kontak yang dapat dihubungi. Selain itu, setiap usaha ditandai pada aplikasi *Google Maps* guna mempermudah konsumen menemukan lokasi toko atau warung secara cepat dan tepat.

Program pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan kombinasi yang mencakup survei lapangan, perencanaan strategis, dan implementasi kegiatan. Survei dilakukan untuk mengidentifikasi potensi, permasalahan, serta kebutuhan nyata masyarakat, khususnya para pelaku UMKM di Desa Takaras. Temuan dari tahap ini kemudian dijadikan landasan dalam menyusun perencanaan program yang tepat guna dan aplikatif. Pada tahap pelaksanaan, kegiatan difokuskan

pada peningkatan visibilitas dan aksesibilitas UMKM, antara lain melalui pembuatan spanduk informasi serta penandaan titik lokasi pada Google Maps. Esensi utama program ini adalah mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan membuka akses pasar yang lebih luas bagi UMKM. Secara lebih spesifik, tujuan kegiatan mencakup penguatan kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi lokal, peningkatan keterampilan pemanfaatan teknologi informasi, serta pemberian solusi nyata atas tantangan yang dihadapi di bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan (Ernawati, Zakariya, & Riski, 2025).

Adapun upaya peningkatan UMKM ini, ada beberapa tahapan yang telah dipersiapkan, berikut tahapan yang dimaksud:

Survei: Survei dilaksanakan pada tanggal 03 Agustus 2025 dengan fokus pada penggalan informasi mengenai latar belakang usaha, jenis produk yang ditawarkan, tantangan yang dihadapi, serta pandangan pelaku UMKM terhadap pemanfaatan media spanduk dan penandaan lokasi di Google Maps sebagai sarana pemasaran. Kegiatan survei dilakukan secara langsung melalui wawancara dengan pemilik toko atau pelaku UMKM. Melalui metode ini, tim berupaya memperoleh gambaran mengenai minat dan kesiapan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan spanduk dan Google Maps sebagai bagian dari strategi pemasaran usaha mereka (Salman & Sholihah, 2024).

Perencanaan: Tahap perencanaan desain dilaksanakan pada 04 Agustus 2025, diikuti dengan pemasangan titik lokasi pada Google Maps pada 05 Agustus 2025. Pada tahap perencanaan, tim membuat desain spanduk menggunakan aplikasi Canva dengan memperhatikan aspek visual seperti pemilihan gambar, tipografi, dan kombinasi warna agar tampak menarik serta mudah dibaca. Desain spanduk disusun untuk menonjolkan keunikan dan keunggulan masing-masing UMKM, sehingga mampu meningkatkan identitas usaha. Sementara itu, penambahan titik lokasi ini berfungsi untuk membantu pembeli atau pelanggan dalam mencari usaha UMKM dengan mudah sehingga dengan adanya Google Maps ini penjualan akan meningkat dan dikenal banyak orang (Rindiyan et al., 2023).

Setelah melakukan survei awal dan penyusunan desain, tahap berikutnya adalah pelaksanaan pemasangan spanduk serta penyampaian informasi kepada para pemilik UMKM terkait hasil penandaan titik lokasi pada *Google Maps* yang telah dilaksanakan pada tanggal 06 Agustus 2025. Spanduk dan titik lokasi *Google Maps* ditempatkan pada area yang telah disepakati bersama

dengan pemilik usaha. Tujuan dari pemasangan ini adalah untuk meningkatkan tingkat visibilitas spanduk sekaligus mengoptimalkan efektivitas pemasaran, sehingga informasi maupun promosi yang ditampilkan dapat menjangkau lebih banyak masyarakat dan memperoleh respons yang lebih luas.

3. HASIL

Survei dan Observasi UMKM

Desa Takaras memiliki potensi UMKM yang perlu diidentifikasi dan dikembangkan melalui pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal. Namun, berdasarkan temuan lapangan, masyarakat masih menghadapi berbagai kendala, antara lain rendahnya motivasi berwirausaha, lemahnya budaya kewirausahaan mikro, serta keterbatasan keterampilan dan kapasitas dalam pengelolaan usaha. Selain itu, minimnya penggunaan media promosi seperti spanduk dan penanda lokasi di Google Maps turut menjadi faktor penghambat dalam memperluas jangkauan pasar. Ketiadaan identitas usaha yang jelas menyebabkan rendahnya daya tarik konsumen untuk melakukan transaksi. Banyak masyarakat lokal belum sepenuhnya memahami bagaimana strategi promosi sederhana, seperti penggunaan spanduk atau pendaftaran lokasi digital, dapat meningkatkan visibilitas usaha dan mempermudah aksesibilitas bagi calon pelanggan. Akibatnya, potensi pertumbuhan usaha terbatas karena konsumen sulit menemukan dan mengenali produk atau layanan yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil survei yang dilaksanakan oleh Tim KKN Reguler Periode I Universitas Palangka Raya Tahun 2025 melalui wawancara langsung dengan para pelaku UMKM di Desa Takaras, diperoleh informasi mengenai minat mereka terhadap dukungan pembuatan spanduk serta penandaan lokasi usaha di Google Maps. Analisis menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM memiliki ketertarikan untuk memanfaatkan media promosi tersebut sebagai strategi pemasaran sederhana namun efektif dalam meningkatkan visibilitas usaha mereka. Selain itu, hasil observasi lapangan yang dilakukan tim terhadap aktivitas UMKM juga memperlihatkan kebutuhan nyata akan identitas usaha yang lebih jelas, baik melalui spanduk maupun titik lokasi digital, guna mempermudah akses konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Temuan lapangan mengenai UMKM dari kegiatan pengabdian ini selanjutnya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel I. Daftar UMKM di Desa Takaras.

No	Nama UMKM	Jenis Produk
1	Warung Sembako dan Penjahit Mama Tatik	Beras, telur, sayuran, garam, kopi, teh, mengecilkan dan membesarkan pakaian, menjahit pakaian, dan pembuatan busana atau pakaian.
2	Warung Sayur Lanang	Sayuran segar dan daging segar.
3	Warung Bapa Oyo	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu dan bahan bakar minyak.
4	Warung Sembako dan Perabotan Bapa Digung	Garam, teh, mie instan, ember, sapu, susu, telur, roti, dan beberapa perabotan rumah tangga.
5	Warung Sembako Tristan	Garam, teh, mie instan, tepung, telur, roti, dan pemesanan kue tradisional dan nasi bungkus.
6	Depot air minum dan warung joss	Menjual berbagai minuman dingin dan pengisian ulang air minum.
7	Warung Sembako dan Alat Bangunan Hendra	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu dan menjual peralatan bangunan.
8	Warung Sembako & Jajanan Raya	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu, gas dan pakaian
9	Warung Sayur Rezeki Dua Putri	Menjual berbagai sayuran segar dan menjual daging segar.
10	Warung Sembako Egi	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti dan susu.
11	Warung Sembako & Alat Bangunan Berkat Sabar	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu dan menjual berbagai peralatan bangunan.
12	Warung Sembako dan Brilink Okta	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu, bahan bakar minyak, dan menerima transfer serta tarik tunai antar bank.
13	Warung Sembako Sri	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu dan minuman dingin.
14	Toko Sembako dan Alat Bangunan DVT	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu, semen, cat, kuas, paku dan pipa.
15	Warung Sembako Sri	Minuman dingin, mie instan, kopi, telur dan teh.
16	Warung Sembako Ipit	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu dan bahan bakar minyak.
17	Sembako Tama	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu, bahan bakar minyak, rokok dan menerima tranfer serta tarik tunai antar bank.
18	Depot Air Minum Isi Ulang Galon Gisel	Pengisian air minum.
19	Kios Widya	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu dan minuman dingin.
20	Warung Makan Banjar Raudah	Menjual aneka masakan siap saji.
21	Kios Azeo Cake & Cookies Takaras	Menjual berbagai kue dan kue kering.
22	Toko 2 Putri	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti

23	Warung dan Biliard Dua Putri	dan susu. Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu dan bahan bakar minyak.
24	Warung Acil Miah Banjar	Kopi, teh, mie instan dan minuman dingin.
25	Warung Yasmin	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti, susu, gas dan minuman dingin.
26	Warung Wenang	Garam, kopi, teh, mie instan, tepung, telur, roti dan susu.

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa sebanyak 26 pelaku UMKM di Desa Takaras menyatakan minat untuk memperoleh bantuan penandaan lokasi usaha melalui Google Maps. Dari jumlah tersebut, 18 UMKM juga mengungkapkan ketertarikan terhadap pembuatan Spanduk dibuat dengan menampilkan nama usaha dan jenis produk yang ditawarkan, menggunakan desain yang jelas dan kreatif sehingga menarik pelanggan (Safitri et al., 2025). Para pelaku usaha meyakini bahwa keberadaan penandaan Google Maps dan spanduk dapat meningkatkan aksesibilitas informasi, memperluas jangkauan pemasaran, serta berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan. Lebih jauh, ketersediaan informasi yang jelas, mudah diakses, dan dapat dipercaya dinilai mampu memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan transaksi maupun pembelian produk dan layanan yang ditawarkan UMKM.



Gambar 1. Survei Lokasi UMKM.

Perencanaan Desain dan Penandaan Lokasi pada Google Maps

Pada hari Senin, 4 Agustus 2025, Tim KKN Reguler 1 Kelompok 55 Universitas Palangka Raya melaksanakan kegiatan pendampingan dengan membantu mendesain spanduk bagi 18 UMKM di Desa Takaras yang sebelumnya belum memiliki media informasi usaha. Proses perancangan dilakukan menggunakan aplikasi Canva, sebuah platform desain grafis berbasis web dan aplikasi online yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam membuat berbagai karya visual atau grafis dengan tampilan yang menarik (Kharissidqi & Firmansyah, 2022).

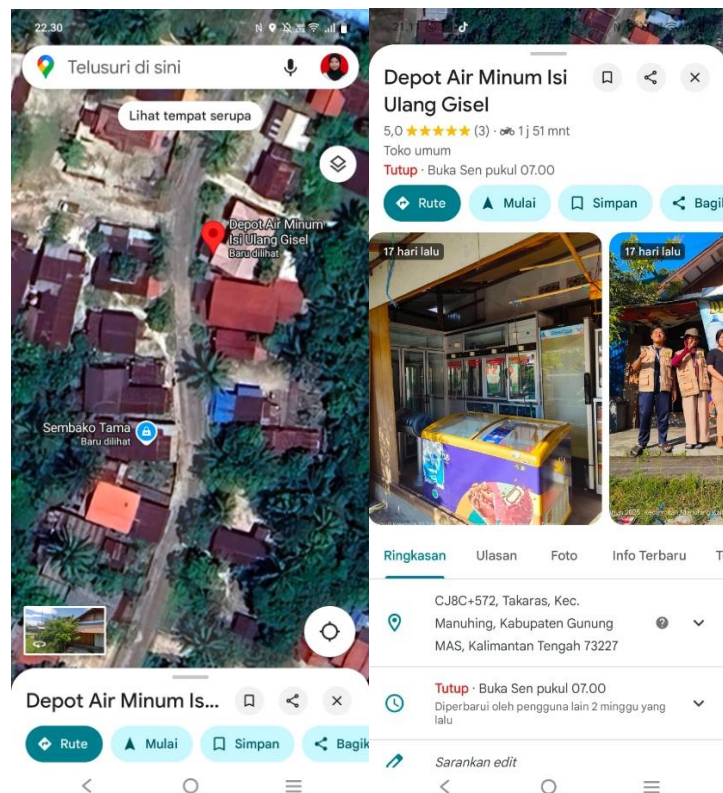
Hasil desain spanduk tersebut diharapkan dapat meningkatkan visibilitas UMKM sekaligus menarik perhatian konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Desain yang informatif dan visual yang menarik berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Spanduk yang telah dibuat kemudian dipasang di depan lokasi usaha masing-masing UMKM yang telah disurvei, dengan penggunaan warna cerah, gambar produk yang jelas, serta pencantuman jenis produk yang dijual.



Gambar 2. Contoh Salah Satu Desain Spanduk UMKM Desa Takaras.

Selanjutnya, Tim KKN Reguler 1 Kelompok 55 Universitas Palangka Raya melaksanakan pendampingan dalam pembuatan titik lokasi usaha di Google Maps yang dilakukan berdasarkan hasil survei lapangan dengan mengunjungi secara langsung 26 UMKM di Desa Takaras. Kegiatan ini diawali dengan membantu para pelaku usaha mengunduh dan menggunakan aplikasi Google Maps pada perangkat pintar mereka. Tim kemudian mendampingi proses pendaftaran usaha, mulai dari pengisian nama usaha, kategori layanan, hingga keterangan tambahan seperti alamat dan jam operasional. Setelah itu, titik lokasi usaha ditambahkan dan disesuaikan dengan koordinat yang akurat agar mempermudah konsumen menemukan lokasi tersebut.

Pendaftaran usaha pada Google Maps memberikan berbagai manfaat signifikan bagi pelaku UMKM. Selain mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha secara akurat, fasilitas ini juga berperan penting dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital dan offline secara bersamaan. Dengan adanya informasi yang jelas mengenai lokasi, calon pelanggan dapat merencanakan kunjungan, melakukan penjemputan, atau memanfaatkan layanan pengiriman dengan lebih efisien. Selain itu, fitur interaktif Google Maps memungkinkan konsumen untuk menanyakan ketersediaan produk atau layanan secara langsung, sehingga meningkatkan komunikasi antara pelaku usaha dan pelanggan. Informasi tambahan seperti jam operasional, nomor kontak, dan ulasan pelanggan turut membantu membangun kepercayaan serta mempengaruhi keputusan pembelian. Secara keseluruhan, pendaftaran digital ini tidak hanya meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha, tetapi juga memperkuat citra profesional UMKM, membuka peluang pasar yang lebih luas, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.



Gambar 3. Contoh Salah Satu Titik Google Maps UMKM Desa Takaras.

Pelaksanaan Pemasangan Spanduk

Pada tanggal 06 Agustus 2025, Tim KKN Reguler Periode I UPR 2025 melaksanakan program pemasangan spanduk pada 18 unit usaha UMKM di Desa Takaras yang telah melalui tahap survei sebelumnya. Kegiatan ini mendapat sambutan positif dari para pemilik UMKM yang merasa terbantu dengan dukungan mahasiswa KKN. Dalam prosesnya, tim juga memastikan pemasangan spanduk dilakukan secara kokoh, aman, serta memperhatikan aspek estetika, meliputi ketinggian, sudut pandang, dan kesesuaian dengan lingkungan sekitar. Promosi sendiri dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya melalui penggunaan spanduk. Tujuan dari pemasangan spanduk ini adalah agar informasi mengenai usaha dapat tersampaikan dengan lebih jelas dan mudah kepada pelanggan, sehingga meningkatkan visibilitas produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu, spanduk berfungsi sebagai media promosi yang menarik perhatian, mendorong minat beli konsumen, dan mempermudah mereka dalam mengenali serta mengingat identitas usaha (Khairany, Rahmadhani, & Tamba, 2024).



Gambar 4. Contoh Salah Satu Spanduk yang Dipasang di Depan Toko UMKM Desa Takaras

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemasangan spanduk dan pendaftaran usaha pada Google Maps memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan visibilitas UMKM di Desa Takaras. Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran, khususnya konsep Marketing Mix, yang menekankan pentingnya integrasi elemen produk, harga, tempat, dan promosi dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Dalam hal ini, spanduk berfungsi sebagai sarana promosi konvensional yang mampu menarik perhatian konsumen melalui desain visual yang menarik dan informasi yang jelas, sedangkan Google Maps berperan sebagai media digital yang memperluas jangkauan pasar dengan meningkatkan aksesibilitas lokasi usaha. Sinergi antara promosi offline dan online ini tidak

hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen melalui kemudahan memperoleh informasi mengenai jenis produk, lokasi, hingga jam operasional.

Temuan kegiatan ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu (Swissia & Halimah, 2023), mengungkapkan bahwa optimalisasi digital marketing melalui pemanfaatan media sosial, pembuatan identitas usaha berupa spanduk dan logo, serta pendaftaran lokasi di Google Maps mampu meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat konsumen terhadap produk UMKM. Selanjutnya, (Muhammad et al., 2024) menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam mengelola usaha serta memperluas akses pasar melalui platform daring. Senada dengan itu, (Sibawahi, Suradi, Ramli, & MS, 2025) membuktikan bahwa pendampingan pembuatan titik lokasi Google Maps dan pemasangan banner di Desa Gantiwarno berkontribusi signifikan terhadap peningkatan visibilitas usaha, kemudahan akses konsumen, serta penguatan daya saing produk lokal. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM melalui pemasangan spanduk dan digitalisasi berbasis Google Maps yang diterapkan di Desa Takaras konsisten dengan temuan penelitian terdahulu, sekaligus menegaskan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pengabdian, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan UMKM di Desa Takaras melalui pemasangan spanduk informasi dan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps mampu meningkatkan visibilitas usaha sekaligus memperluas akses pasar. Dari total UMKM yang teridentifikasi, sebanyak 26 UMKM menunjukkan minat untuk didaftarkan pada Google Maps, sedangkan 20 UMKM memperoleh dukungan berupa pembuatan dan pemasangan spanduk sebagai media promosi. Kehadiran spanduk memberikan identitas visual yang lebih jelas bagi pelaku usaha, sementara penandaan lokasi di Google Maps mempermudah konsumen dalam menemukan usaha secara cepat, akurat, dan praktis.

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa sinergi antara promosi offline (melalui spanduk) dan promosi online (melalui Google Maps) menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pasar, serta membangun kepercayaan konsumen melalui informasi yang lebih mudah diakses. Meski demikian, keberhasilan ini masih memerlukan pendampingan

berkelanjutan, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital dan peningkatan keterampilan pelaku UMKM di bidang manajemen usaha dan pemasaran berbasis teknologi. Dengan pendampingan yang konsisten, program ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek, tetapi juga dapat menjadi pijakan penting bagi transformasi digital UMKM di Desa Takaras, sehingga mampu memperkuat kemandirian serta daya saing ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Sebagai tim pengabdian, KKN Reguler I Kelompok 55 Universitas Palangka Raya menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tahun 2025 di Desa Takaras, Kecamatan Manuhing, Kabupaten Gunung Mas. Ucapan terima kasih secara khusus ditujukan kepada masyarakat Desa Takaras atas sambutan hangat, keterlibatan aktif, serta dukungan yang memungkinkan program ini dapat terlaksana dengan baik. Penghargaan juga diberikan kepada Universitas Palangka Raya, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), serta Dosen Pembimbing Lapangan atas bimbingan, arahan, dan dukungan yang konsisten selama proses perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Selain itu, ucapan terima kasih ditujukan kepada seluruh anggota Tim KKN Kelompok 55 atas kerja sama, dedikasi, dan kontribusi yang nyata dalam merancang sekaligus mengimplementasikan program. Keberhasilan program “Pemberdayaan UMKM Desa Takaras Melalui Media Spanduk dan Google Maps” tidak akan terwujud tanpa adanya sinergi, kolaborasi, serta dukungan dari berbagai pihak yang terlibat.

DAFTAR REFERENSI

- Darlan, S., Nopy, Y., & Metriani, R. (2022). Evaluasi hasil pelaksanaan pelatihan keterampilan menganyam rotan. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 7(1), 92–96. http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jurnal_inventa
<https://doi.org/10.33084/tunas.v7i2.3687>
- Dona, H. P., Patriasia, E. S., Anggreani, W., Abdullah, H., Saputra, S., Putra, D. M., Abi, Y. I., & Gayatri, I. A. M. E. M. G. (2025). Sosialisasi pemasangan titik Google Maps dan spanduk sebagai alat promosi dalam perluasan jaringan penjualan UMKM RT 09 RW 05 Kelurahan Pematang Gubernur Kota Bengkulu. *Jurnal Kewirausahaan & Bisnis*, 7(2), 47–52.
- Ernawati, Z., Najib, M., & Riski, M. (2025). Pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran pada UMKM Warkop di Desa Pepelegi Sidoarjo. *Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(2), 32–42. <https://doi.org/10.62951/panggungkebaikan.v2i2.1405>

- Fauziyya, P. A., Rashida, F. A., & Arif, L. (2023). Pembuatan NIB dan aplikasi Google Maps dalam pengembangan UMKM Desa Kebondalem Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1837–1847. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1214>
- Khairany, A., Rahmadhani, N., & Tamba, C. N. (2024). Pemanfaatan media promosi visual “banner” sebagai upaya peningkatan pemasaran UMKM. *Academia.edu Journals*.
- Kharissidqi, M. T., & Firmansyah, V. W. (2022). Aplikasi Canva sebagai media pembelajaran yang efektif. *Indonesian Journal of Education and Humanity*, 2(4), 108–113. <http://ijoehm.rcipublisher.org/index.php/ijoehm/article/view/34>
- Muhammad, A. H., Diyaurrahman, A., Madani, M. P., Lutfia, R., Fadilah, S. N., Shafa, A. R., Putri, I. L., Wardani, F. R., Hamada, S. M., & Maghfirokh, M. N. (2024). Pemberdayaan UMKM melalui program digitalisasi lokasi UMKM dan pembuatan peta potensi UMKM di Desa Rangkah. *Prosiding Kampelmas*, 3(2), 701–713.
- Putri, S. (2021). Peran pembiayaan syariah dalam pengembangan UMKM di Indonesia. *Al Hisab: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 1–11. <https://doi.org/10.59755/alhisab.v1i2.67>
- Rindiyan, R., Nuzuli, A. K., & Oktaviana, W. (2023). Penggunaan aplikasi Google Maps sebagai media promosi UMKM di Nagari Batang Arah Tapan. *Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(2). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.155>
- Safitri, S., Surbakti, J. S., Putri, R. W., Hutabarat, T. G. V., Rahmah, I. N. A., Sitanggang, I., Suwandi, J., Putri, M., Putri, D. F., Surya, F. R., Muhammad, R., & Manalu, F. H. (2025). Strategi penguatan UMKM: Pendataan, pelatihan, pembuatan konten, dan spanduk promosi pada UMKM di Limbungan Baru, Pekanbaru. *Madaniya*, 6(3), 1670–1680. <https://madaniya.biz.id/journals/contents/article/view/1357>
- Salain, P. P. P., Putra, I. W. J., & Dharma, I. M. P. (2024). Pengembangan usaha rempeyek dengan pemasangan spanduk dan pembuatan lokasi maps Desa Bedulu. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 3, 335–340.
- Salman, S., & Sholihah, D. D. (2024). Pemanfaatan desain banner guna meningkatkan ketertarikan konsumen pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2179–2184. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536>
- Sibawahi, M., Suradi, A. R., Ramli, F., & MS, A. T. (2025). Digitalisasi UMKM: Pendampingan pembuatan Google Maps dan pemasangan banner dalam meningkatkan pemasaran lokal di Desa Gantiwarno. *Jurnal Pengabdian Inovasi dan ...*, 5(1). <https://www.rumahjurnal.or.id/index.php/JUDISTIRA/article/view/1343>
- Swissia, P., & Halimah. (2023). Optimalisasi digital marketing dalam meningkatkan branding pada UMKM Tempe Mbah Mul di Desa Purwotani. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8), 102.