

## OPTIMALISASI LITERASI DIGITAL PRODUKTIF: PELATIHAN DESAIN GRAFIS DAN PENERAPAN TITIK LOKASI GOOGLE MAPS DALAM MENDORONG EKSISTENSI UMKM LOKAL DI DESA SRIWULAN

### OPTIMIZING PRODUCTIVE DIGITAL LITERACY: GRAPHIC DESIGN TRAINING AND THE IMPLEMENTATION OF GOOGLE MAPS LOCATION POINTS TO ENCOURAGE THE EXISTENCE OF LOCAL MSMEs IN SRIWULAN VILLAGE

M Burhanudin Ali <sup>1)</sup>, Zarits Sofya<sup>2)</sup>, Vira Ahlis Hikmawati <sup>3)</sup>, Nico Surya Ronaldo <sup>4)</sup> Nadya Nafiisah Khoirina <sup>5)</sup>, Fenny Bintarawati <sup>6)</sup>

<sup>6)</sup>Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Walisongo Semarang

\*Korespondensi : [nafiisahnadya@gmail.com](mailto:nafiisahnadya@gmail.com)

#### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan literasi digital produktif pelaku UMKM di Desa Sriwulan melalui pelatihan desain grafis dan penerapan titik lokasi Google Maps. Program ini menggunakan metode pelatihan, pendampingan, observasi, serta evaluasi untuk melihat perubahan kemampuan digital peserta. Pelatihan desain grafis dilakukan menggunakan Canva dengan fokus pada pemahaman prinsip dasar desain dan praktik pembuatan konten promosi yang relevan dengan produk UMKM. Sementara itu, pelatihan Google Maps mencakup pembuatan dan verifikasi titik lokasi usaha, pengisian profil, serta pembaruan informasi digital agar usaha mudah ditemukan konsumen. Data dikumpulkan melalui dokumentasi hasil desain, wawancara singkat mengenai pemahaman peserta, serta pengamatan terhadap perubahan visibilitas usaha setelah pemasangan titik lokasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam membuat desain promosi yang lebih menarik dan informatif. Sebanyak 12 UMKM berhasil dipasang titik lokasi Google Maps sehingga usaha lebih mudah dijangkau dan memperoleh kepercayaan dari konsumen. Optimalisasi literasi digital melalui kedua pelatihan tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, dan peluang pemasaran UMKM lokal secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Literasi digital, Desain grafis, Google Maps

#### ABSTRACT

This community service program aims to improve the productive digital literacy of MSMEs in Sriwulan Village through graphic design training and the implementation of Google Maps location points. The program used training sessions, mentoring, observation, and evaluation to measure changes in participants' digital skills. The graphic design training utilized Canva and focused on basic design principles and hands-on practice in creating promotional content relevant to each business. Meanwhile, the Google Maps training guided MSMEs in creating and verifying location points, completing business profiles, and updating information to improve digital discoverability. Data were collected through documentation of design outputs, brief interviews to assess participant understanding, and observations of visibility changes after Google Maps activation. The results show an improvement in participants' ability to produce more appealing promotional materials. Twelve MSMEs successfully obtained Google Maps location points, making their businesses easier for customers to find and increasing their credibility. Overall, optimizing digital literacy through these trainings proved effective in enhancing the visibility, accessibility, and marketing potential of local MSMEs in a sustainable manner.

**Keywords:** Digital literacy, Graphic design, Google Maps

## PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi pendorong utama dalam perkembangan sektor ekonomi, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berperan sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Dalam era digitalisasi, literasi digital tidak hanya dimaknai sebagai kemampuan dalam mengakses teknologi informasi, tetapi juga kemampuan memanfaatkan teknologi secara produktif, kreatif, dan berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing usaha. Perubahan perilaku konsumen yang kini mengandalkan platform digital dalam mencari informasi, produk, hingga layanan, menuntut pelaku UMKM untuk mampu melakukan adaptasi terhadap strategi pemasaran berbasis teknologi (Kusuma, A., Ratnawati, N., 2024).

Kemampuan desain grafis untuk kebutuhan pemasaran menjadi aspek penting dalam membangun citra brand dan menarik perhatian konsumen secara visual. Hadirnya platform desain seperti Canva memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk membuat konten pemasaran digital yang menarik tanpa memerlukan keterampilan desain tingkat lanjut. Penelitian menunjukkan bahwa pelatihan desain grafis bagi pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas konten promosi serta memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan platform digital lainnya. Hal ini membuktikan bahwa literasi desain visual merupakan komponen penting dalam optimalisasi literasi digital produktif. (Fadhiela, S et al., 2023)

Selain kemampuan desain grafis, keberadaan digital UMKM melalui pemanfaatan fitur geolokasi seperti Google Maps juga menjadi strategi efektif dalam meningkatkan visibilitas dan kredibilitas usaha. Penyematan titik lokasi pada Google Maps membantu konsumen menemukan lokasi usaha secara cepat dan akurat, serta meningkatkan peluang keterhubungan dengan pasar yang lebih luas (Imsar, M., dkk., 2025). Penggunaan layanan geolokasi terbukti mampu memperkuat posisi UMKM dalam persaingan pasar, terutama di wilayah pedesaan yang memiliki potensi ekonomi lokal yang belum sepenuhnya termanfaatkan melalui media digital.

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital berperan signifikan dalam mendorong keberhasilan bisnis UMKM di era teknologi. Rahman dkk. (2024) menjelaskan bahwa literasi digital bersama kreativitas pelaku usaha dapat mendukung keberlanjutan UMKM terutama melalui strategi pemasaran O2O (online-to-offline) yang semakin berkembang pada ekosistem digital saat ini. Selain itu, literasi digital yang kuat terbukti meningkatkan intensitas pemasaran digital yang berpengaruh pada peningkatan produktivitas UMKM, seperti dipaparkan dalam *Journal of Small Business Strategy* bahwa pemahaman teknologi dan pemasaran digital menjadi faktor penting dalam perkembangan UMKM Indonesia di era digital. Dalam konteks visual marketing, penelitian (Muttaqin, A., dkk., 2024) mengonfirmasi bahwa pelatihan desain grafis menggunakan Canva mampu meningkatkan kualitas konten promosi pelaku usaha, sehingga lebih menarik minat konsumen dan memperkuat branding produk lokal.

Di sisi lain, literatur juga menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps sebagai media pemasaran digital memberikan kontribusi nyata terhadap perluasan jangkauan pasar UMKM, khususnya di daerah pedesaan. Penelitian (Imsar, M., dkk., 2025) mengungkap bahwa penyematan lokasi digital dan optimasi profil usaha di Google Maps meningkatkan visibilitas usaha kecil, mempermudah konsumen menemukan toko secara langsung, serta memperkuat kepercayaan calon pembeli melalui ulasan dan rating konsumen. Hasil serupa juga ditemukan pada studi *Strategi Digitalisasi UMKM Rengginang* yang menegaskan bahwa digitalisasi lokasi dapat meningkatkan interaksi konsumen dan berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, optimalisasi literasi digital melalui pelatihan desain grafis dan pemanfaatan fitur Google Maps merupakan langkah strategis untuk meningkatkan eksistensi UMKM lokal di era digital. Kegiatan ini diharapkan mampu memperkuat kemampuan digital pelaku UMKM, meningkatkan promosi usaha, serta mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal secara berkelanjutan.

#### Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelatihan desain grafis dilakukan untuk meningkatkan kualitas pamflet promosi produk UMKM agar lebih menarik dan profesional?
2. Bagaimana proses penerapan titik lokasi Google Maps dilakukan untuk meningkatkan eksistensi dan mempermudah akses konsumen terhadap UMKM lokal?
3. Bagaimana dampak optimalisasi literasi digital melalui desain grafis dan Google Maps terhadap peningkatan eksistensi dan potensi pemasaran UMKM lokal di desa?

Untuk menganalisis bagaimana literasi digital produktif dapat dioptimalkan melalui pelatihan desain grafis dan penerapan titik lokasi Google Maps sebagai strategi pemasaran bagi UMKM di Desa Sriwulan, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal. Artikel ini berupaya mengkaji efektivitas peningkatan keterampilan digital pelaku UMKM dalam menciptakan materi promosi visual yang lebih menarik, profesional, dan sesuai dengan karakter produk lokal, sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, penelitian ini bertujuan menilai manfaat pemanfaatan layanan berbasis lokasi seperti Google Maps dalam meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha, yang berpengaruh terhadap pertumbuhan pasar UMKM. Di sisi lain, artikel ini juga diarahkan untuk melihat bagaimana sinergi antara literasi desain grafis dan strategi penandaan lokasi digital dapat menjadi solusi pemasaran yang murah, mudah, dan tepat sasaran bagi UMKM di wilayah pedesaan.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, artikel ini diharapkan memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi pelaku usaha, pemerintah desa, dan pemangku kepentingan lain dalam mendukung strategi digitalisasi ekonomi lokal secara berkelanjutan.

#### **BAHAN DAN METODE**

Dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat, dibutuhkan berbagai bentuk dukungan baik yang bersifat fisik maupun nonfisik. Dukungan fisik meliputi seluruh peralatan dan sarana pendukung kegiatan, seperti laptop, proyektor, perangkat dokumentasi, alat tulis, serta ruang atau lokasi pelatihan yang digunakan selama kegiatan berlangsung. Seluruh fasilitas tersebut berfungsi untuk memastikan proses penyampaian materi dan praktik dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

Sementara itu, dukungan nonfisik mencakup aspek-aspek yang tidak berwujud tetapi memiliki peran penting dalam keberhasilan program. Hal ini meliputi kesiapan materi pelatihan, metode pembelajaran yang digunakan, akses jaringan internet, koordinasi dengan aparat desa, serta partisipasi aktif dari para peserta. Selain itu, kerja sama dan komitmen tim pelaksana serta dukungan masyarakat juga menjadi elemen penting yang menunjang kelancaran kegiatan.

Dengan adanya kombinasi dukungan fisik dan nonfisik tersebut, program pengabdian dapat dilaksanakan secara optimal dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat sasaran.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sriwulan, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, dengan fokus pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di wilayah tersebut. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan mixed-methods yaitu menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh data yang komprehensif dan mendalam. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur perubahan kemampuan literasi digital produktif UMKM sebelum dan sesudah pelatihan, sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pengalaman, persepsi, serta tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam proses digitalisasi pemasaran melalui observasi langsung. (Collins, C. J, 2021)

Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pelaku UMKM yang memenuhi kriteria memiliki usaha aktif, kesediaan mengikuti pelatihan, serta kecenderungan untuk menerapkan pemasaran digital dalam usahanya. Data penelitian dikumpulkan melalui beberapa teknik, antara lain pasca-pelatihan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital, wawancara semi-terstruktur untuk menggali pandangan peserta terkait efektivitas pelatihan, serta observasi dan dokumentasi berupa hasil

desain grafis dan tampilan titik lokasi usaha di Google Maps yang telah dibuat oleh pelaku UMKM. Selain itu, dilakukan studi dokumentasi digital untuk meninjau perubahan keterjangkauan usaha melalui media online seperti peningkatan kunjungan digital atau ulasan pelanggan setelah penerapan digitalisasi.

Data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk melihat tingkat peningkatan kemampuan pemasaran digital peserta, sementara data kualitatif dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola temuan dari narasi responden. Triangulasi data dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara, dan observasi guna memperkuat validitas hasil penelitian. Seluruh kegiatan penelitian mengikuti prosedur etika penelitian dengan menjamin kerahasiaan data partisipan, memperoleh persetujuan mengikuti penelitian (informed consent), serta memberikan manfaat langsung kepada pelaku UMKM berupa pelatihan desain grafis dan pendampingan dalam pembuatan titik lokasi usaha pada Google Maps.

Dengan metodologi ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan data empiris dan pemahaman mendalam mengenai bagaimana optimalisasi literasi digital produktif melalui desain grafis dan pemanfaatan Google Maps dapat membantu UMKM di Desa Sriwulan meningkatkan visibilitas, jangkauan pasar, dan daya saing usaha di era digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Bagaimana Pelatihan Desain Grafis Dilakukan untuk Meningkatkan Kualitas Pamflet Promosi Produk UMKM agar Lebih Menarik dan Profesional**

Pelatihan desain grafis merupakan salah satu strategi strategis dalam meningkatkan kualitas media promosi UMKM, terutama pamflet (flyer) yang menjadi alat komunikasi visual yang murah, cepat, dan efektif. Dalam konteks pemberdayaan UMKM, kemampuan membuat pamflet yang menarik sangat berpengaruh terhadap citra produk, daya tarik konsumen, serta efektivitas penyebaran informasi. Pelatihan desain grafis yang efektif biasanya diawali dengan pengenalan konsep dasar desain, seperti prinsip keseimbangan, kontras, hirarki visual, tipografi, dan pemilihan warna. Pemahaman ini menjadi fondasi agar peserta mampu merancang pamflet yang komunikatif dan profesional.

Pada tahap selanjutnya, peserta diperkenalkan pada perangkat lunak desain grafis seperti Canva. Menurut penelitian Ismawati, pelatihan yang memberikan teori dasar dan praktik terarah mampu meningkatkan kemampuan visual peserta UMKM dalam memproduksi materi promosi secara mandiri. Keberhasilan pelatihan juga terletak pada penerapan praktik langsung berdasarkan produk yang dimiliki oleh masing-masing peserta. UMKM diminta membawa contoh produk atau foto produk sehingga pamflet yang dirancang benar-benar sesuai kebutuhan promosi mereka. (Ismawati, N, 2021)

Pada tahapan ini, peserta berlatih menentukan layout, komposisi gambar, pemilihan font, dan informasi utama seperti harga, keunggulan produk, dan kontak pemesanan. Hasil penelitian Fitriani dan Lestari menunjukkan bahwa metode *learning by doing* meningkatkan kreativitas dan kualitas desain karena peserta langsung mempraktikkan materi yang dipelajari pada produk mereka sendiri. Selama pelatihan, pendampingan oleh fasilitator sangat penting untuk memastikan desain yang dihasilkan memenuhi standar visual pemasaran. Peserta memperoleh umpan balik mengenai kesesuaian warna, kejelasan pesan, hingga kualitas gambar yang digunakan. (Fitriani, R., & Lestari, D., 2022)

Feedback ini terbukti meningkatkan kualitas desain secara signifikan. Menurut penelitian Prasetyo, pelatihan yang diikuti sesi pendampingan personal memberikan peningkatan kompetensi hingga 70% dalam kemampuan membuat materi promosi digital. Selain keterampilan teknis, pelatihan desain grafis juga membekali peserta dengan pemahaman dasar branding. UMKM didorong untuk menciptakan identitas visual seperti logo, palet warna brand, dan gaya desain yang konsisten. (Prasetyo, A., 2020)

Branding yang kuat, pamflet menjadi lebih profesional dan mudah dikenali konsumen. Penelitian Amalia & Putra (2023) menyatakan bahwa UMKM yang mengaplikasikan prinsip

branding dalam desain promosi memperoleh peningkatan ketertarikan konsumen hingga 40%.(Amalia, S., & Putra, H, 2023)

Pelatihan desain grafis terbukti mampu meningkatkan:

- Estetika visual pamphlet
- Kejelasan informasi dan keterbacaan
- Konsistensi brand UMKM
- Kemampuan UMKM membuat media promosi secara mandiri
- Ketertarikan calon konsumen terhadap produk

Penelitian Wibowo menunjukkan bahwa pelatihan desain grafis memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas materi promosi UMKM dan berkontribusi pada peningkatan omzet penjualan.(Wibowo, B, 2022)

**Tabel 1. Tingkat Kemampuan Peserta Sebelum Pelatihan Desain Grafis**

No	Kategori kemampuan	Jumlah peserta	Presentase
1.	Mengenal canva tetapi kurang bisa mengaplikasikanya	10 Orang	77%
2.	Sudah bisa dan cukup lancar menggunakan canva	3 Orang	23%

**Tabel 2. Output Pelatihan Desain Grafis**

No	Output Pelatihan	Jumlah Peserta	Presentase
1.	Berasil membuat poster produk	13 Orang	100%
2.	Mampu mengatur warna dan font dengan benar	9 Orang	69%
3.	Mampu membuat katalog foto sederhana	7 Orang	54%
4.	Mengalami peningkatan signifikan dalam keterampilan	10 Orang	77%

**Tabel 3. Tingkat Kemampuan Peserta Setelah Pelatihan**

No	Kategori Kemampuan	Jumlah Peserta	Presentase
1.	Sangat mampu menggunakan canva	5 Orang	38%
2.	Mampu membuat desain sederhana	7 Orang	54%
3.	Masih Membutuhkan Pendampingan	1 Orang	8%

### **Bagaimana proses penerapan titik lokasi Google Maps dilakukan untuk meningkatkan eksistensi dan mempermudah akses konsumen terhadap UMKM lokal di Desa Sriwulan**

Perkembangan era digital saat ini menuntut para pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi melalui pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana promosi dan perluasan jangkauan usaha. Berbagai platform digital, termasuk media sosial, telah menjadi bagian penting dalam aktivitas bisnis karena mampu menyebarkan informasi secara cepat dan mudah diakses konsumen. Namun, selain media sosial, kehadiran layanan pemetaan digital seperti Google Maps kini juga memiliki peran strategis dalam meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM. Melalui penandaan lokasi atau titik usaha pada peta online, pelaku UMKM dapat mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha secara akurat sekaligus memperkuat eksistensi usahanya di dunia digital (Sulaksono, J, 2020)

Google Maps memiliki peran penting bagi pelaku UMKM karena dapat membantu mereka bersaing di tengah kondisi pasar yang semakin kompetitif. Dalam persaingan yang ketat, setiap pelaku usaha perlu memastikan bahwa bisnis mereka mudah ditemukan oleh konsumen, baik secara fisik maupun digital (Valenthine, Suwandi, & Prawita, 2021). Pemanfaatan Google Maps memungkinkan proses penjemputan dan pengantaran barang menjadi lebih efisien karena konsumen dapat mengetahui lokasi usaha secara tepat, sehingga mengurangi risiko kesalahan alamat. Selain itu, Google Maps turut meningkatkan visibilitas UMKM dan memperkuat kepercayaan pelanggan melalui informasi yang ditampilkan secara lengkap, seperti jam operasional, nomor kontak, serta ulasan dari konsumen sebelumnya. Informasi yang komprehensif tersebut membantu calon pembeli merasa lebih yakin terhadap kualitas produk maupun layanan yang ditawarkan UMKM (Shalsa, D. N. Reiga, R. A, 2024).

Proses penerapan titik lokasi Google Maps oleh pelaku UMKM dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama, yaitu pelaku usaha melakukan pendampingan untuk menghimbau data yang akurat dan terkini yang diperlukan untuk pembuatan Google Maps, seperti nama, alamat, nomor telepon, titik lokasi dan foto produk/usaha (Ikerismawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S., 2023). Lalu melakukan verifikasi lokasi, yang biasanya dilakukan melalui kode verifikasi yang akan dikirimkan oleh Google, agar lokasi tersebut muncul secara resmi di pencarian.

Tahap selanjutnya, setelah terverifikasi pelaku UMKM melengkapi profil usaha dengan menambahkan foto, jam operasional, deskripsi layanan, dan menautkan media sosial lain seperti Whatsapp, Instagram dan lainnya. Tahap terakhir adalah mengoptimalkan keberadaan usaha melalui pembaruan informasi secara berkala dan merespon ulasan pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas usaha. Respon dari pemilik usaha yang cukup antusias karena usaha kecil mereka bisa muncul di aplikasi dan dilihat banyak orang, serta adanya ulasan dari pembeli membuat usaha mereka lebih terpercaya (Salsyabillah, M., Pranata, A., Yasmin, R. M., & Misrah, t.t.)

Penerapan Google Maps memberikan dampak positif terhadap pelaku UMKM, terutama dalam meningkatkan visibilitas dan kemudahan akses bagi konsumen. Keberadaan UMKM akan semakin terlihat melalui fitur pencarian pada Google Maps, dan pelaku usaha dapat mempromosikan UMKM mereka dengan mudah dan cepat diketahui oleh berbagai orang dengan detail identitas usaha mulai dari foto, alamat, harga, jam buka, dan lainnya. Pemanfaatan Google Maps memberikan perluasan jangkauan promosi yang signifikan, melalui Google Maps usaha dapat dikenal tidak hanya oleh warga sekitar, baik di tingkat desa maupun kecamatan, tetapi juga oleh pendatang baru yang belum mengenal wilayah tersebut (Febrian, R, dkk, 2024)

Meskipun memberi banyak manfaat, terdapat tantangan yang masih dihadapi dari adanya penerapan Google Maps antara lain adalah kesenjangan literasi digital dan keterbatasan akses infrastruktur internet, membuat sebagian pelaku UMKM memerlukan waktu lebih lama untuk benar-benar menguasai pemanfaatan platform digital yaitu Google Maps (Damanik, E. R, dkk, t.t.).

Namun demikian, penerapan Google Maps terhadap pelaku UMKM di Desa Sriwulan terbukti memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan visibilitas usaha lokal, memperluas akses pemasaran, dan memperkuat daya saing UMKM. dalam jurnal *Electronic Commerce Research* mengungkapkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital dalam kegiatan pemasaran mengalami peningkatan penjualan sebesar 30–50% dibandingkan dengan UMKM yang masih menggunakan metode pemasaran konvensional (Sutarto, S. N., & Hwihanus, H., t.t.). Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM.

Penerapan aplikasi Google Maps sebagai wadah untuk meningkatkan pemasaran para pelaku UMKM tentang pentingnya aplikasi sebagai sarana media pemasaran. Sehingga pelaku UMKM dapat membawa perubahan positif serta memanfaatkan aplikasi tersebut dengan baik dan berkelanjutan. Penggunaan aplikasi Google Maps memberikan banyak manfaat bagi UMKM yang telah mendaftarkan usahanya, serta pelaku UMKM dapat memamerkan usahanya

secara online dengan tampilan yang unik, menarik dan informatif (Septi, S. D. N., & Ariescy, R. R., 2024.)

**Tabel 4. Daftar UMKM yang Dipasang Tikik Lokasi Google Maps**

No	Nama UMKM	Status Penerapan	Keterangan
1	Penjahit Bu Wanti	√	Berhasil dipasang
2	ChaCha Bolu Tiwul	√	Berhasil dipasang
3	Mi Ayam Mbak Mun	√	Berhasil dipasang
4	Warung Adang-Adang	√	Berhasil dipasang
5	Warung Sembako Bintang	√	Berhasil dipasang
6	Warung Mbah Yatimah	√	Berhasil dipasang
7	Tape Bu Siti Halimah	√	Berhasil dipasang
8	Warung Bu Musyarofah	√	Berhasil dipasang
9	Jamu Bu Musta'anah	√	Berhasil dipasang
10	Ayam Geprek Piliang	√	Berhasil dipasang
11	Benih Padi Pak Rochim	√	Berhasil dipasang
12	Jamur Bu Harning	√	Berhasil dipasang

**Bagaimana dampak optimalisasi literasi digital melalui desain grafis dan Google Maps terhadap peningkatan eksistensi dan potensi pemasaran UMKM lokal di desa Sriwulan**

Optimalisasi literasi digital melalui pelatihan desain grafis dan pemanfaatan Google Maps menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan eksistensi serta potensi pemasaran UMKM lokal di desa. Di era transformasi digital, kemampuan pelaku UMKM untuk menguasai teknologi bukan lagi pilihan, tetapi kebutuhan mendesak agar usaha kecil dapat bertahan dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Literasi digital bukan hanya sebatas kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi meliputi kecakapan mengelola informasi, memproduksi konten, dan memanfaatkan platform digital untuk mendukung aktivitas bisnis. Pelatihan desain grafis, misalnya, memberikan keterampilan baru bagi pelaku UMKM untuk membuat materi promosi yang lebih menarik, rapi, dan sesuai standar pemasaran modern. Sebelumnya, banyak UMKM bergantung pada konten seadanya atau desain yang tidak konsisten, sehingga kurang mampu menarik perhatian konsumen.

Dengan penguasaan desain grafis, para pelaku usaha dapat membangun citra profesional yang berpengaruh langsung terhadap kepercayaan pelanggan. Hal ini sejalan dengan temuan (Rosa A. Sari dkk., 2024) yang menjelaskan bahwa pelatihan desain grafis menggunakan aplikasi sederhana seperti Canva mampu meningkatkan kualitas branding, konsistensi visual, dan daya tarik konten promosi UMKM secara signifikan.

Tidak hanya pada peningkatan kualitas konten, literasi digital juga berdampak besar pada perluasan jangkauan promosi. Setelah mendapatkan pelatihan desain grafis, UMKM dapat lebih aktif mempromosikan produk melalui platform digital seperti Facebook, Instagram, WhatsApp Business, dan marketplace. Aktivitas digital yang meningkat ini membuat usaha lebih mudah ditemukan oleh audiens yang lebih luas, termasuk konsumen dari luar desa. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang aktif melakukan branding dan promosi digital mengalami peningkatan visibilitas dan engagement yang lebih tinggi dibandingkan UMKM dengan promosi tradisional. Dengan demikian, literasi digital berfungsi sebagai jembatan antara pelaku UMKM dan pasar yang lebih luas.

Sementara itu, pemanfaatan Google Maps menjadi aspek penting dalam optimalisasi eksistensi digital UMKM. Google Maps bukan hanya fasilitas untuk menunjukkan lokasi, tetapi juga sistem indeks digital global yang membantu konsumen menemukan usaha berdasarkan kategori, ulasan, dan kata kunci. Pada banyak UMKM desa, ketiadaan titik lokasi digital menjadi kendala bagi konsumen untuk mengetahui keberadaan mereka. Setelah titik lokasi dibuat, pelaku usaha dapat menambahkan foto, jam operasional, kontak, serta deskripsi singkat.

Kehadiran UMKM pada Google Maps meningkatkan peluang ditemukan melalui pencarian seperti “warung terdekat”, “toko kue desa...”, atau kategori lain sesuai bidang usaha. Penelitian oleh (Adhar P. S. dkk, 2025) membuktikan bahwa optimalisasi lokasi pada Google Maps berkontribusi pada meningkatnya jumlah kunjungan fisik dan pencarian digital terhadap usaha kecil. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan digital tidak hanya memperluas informasi usaha tetapi juga meningkatkan peluang transaksi.

Kombinasi antara pelatihan desain grafis dan optimasi Google Maps menciptakan sinergi yang kuat dalam penguatan pemasaran digital UMKM. Desain grafis menyediakan konten visual yang menarik, sementara Google Maps menyediakan ruang digital yang memperkuat aksesibilitas dan visibilitas usaha. Kedua aspek ini saling melengkapi: konten menarik meningkatkan minat konsumen, sedangkan lokasi digital memastikan konsumen dapat menemukan usaha dengan mudah. Dampak gabungan ini terbukti meningkatkan eksistensi UMKM di ranah digital, memperkuat interaksi dengan pelanggan, serta membuka peluang baru dalam kerja sama maupun pemasaran lintas wilayah. (Ilyas, Y., Mujito, M., & Putri, E. A, 2022) menambahkan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing dan kemandirian pelaku UMKM, terutama bagi mereka yang berada di daerah pedesaan yang mulai beradaptasi dengan ekonomi digital.

Menjawab rumusan masalah “Bagaimana dampak optimalisasi literasi digital melalui desain grafis dan Google Maps terhadap peningkatan eksistensi dan potensi pemasaran UMKM lokal di desa?”, dapat disimpulkan bahwa literasi digital memberikan dampak multidimensi.

1. Meningkatkan kualitas konten promosi dan citra profesional usaha.
2. Memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan platform digital.
3. Memperkuat visibilitas usaha melalui pencarian lokasi di Google Maps.
4. Meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas konsumen terhadap UMKM.
5. Mendorong kemandirian pemasaran melalui produksi konten dan pengelolaan titik lokasi secara mandiri.

Dengan demikian, optimalisasi literasi digital terbukti memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan eksistensi dan potensi pemasaran UMKM lokal di desa, serta menjadi strategi berkelanjutan untuk memperkuat ekonomi masyarakat di era digital.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital melalui pelatihan desain grafis dan pemanfaatan Google Maps mampu memberikan dampak nyata bagi pelaku UMKM di Desa Sriwulan. Pelatihan desain grafis membantu peserta memahami cara membuat materi promosi yang lebih menarik, jelas, dan sesuai kebutuhan usaha mereka. Sementara itu, penerapan titik lokasi Google Maps memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menemukan lokasi usaha serta meningkatkan kepercayaan melalui informasi dan ulasan yang tersedia secara digital. Hasil di lapangan membuktikan bahwa kedua kegiatan tersebut berhasil meningkatkan kemampuan digital peserta, memperkuat eksistensi usaha di dunia digital, dan memperluas potensi pemasaran. Temuan ini selaras dengan tujuan program, yaitu membantu UMKM meningkatkan daya saing melalui keterampilan digital yang mudah dipelajari dan diterapkan secara mandiri.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang kami laksanakan telah berjalan dengan lancar dan mencapai tujuan yang diharapkan. Keberhasilan ini tidak lepas dari rahmat Allah SWT dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- **Fenny Bintarawati, M.H**, selaku dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga.

- **Seluruh anggota KKN Reguler Posko 34** yang telah bekerja sama dengan baik dan penuh semangat.
- **Warga Desa Sriwulan**, khususnya Bapak Kepala Desa dan perangkat desa, tokoh masyarakat, guru, karang taruna, serta anak-anak Desa Sriwulan yang telah membantu kami dengan penuh semangat dan memberikan dukungan penuh selama kegiatan KKN.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adhar P. S. dkk. (2025). Revolusi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Wonosunyo. *JPKMI*.
- Amalia, S., & Putra, H. (2023). Penguatan Branding UMKM melalui Pelatihan Desain Grafis Digital. *Jurnal Abdimas Kreatif*, 2(3), 112-120
- Collins, C. J. (2021). Expanding the resource-based view model of strategic human resource management. *The International Journal of Human Resource Management*, 32(2), 331-358
- Damanik, E. R, dkk. (t.t.). Analisis implementasi digitalisasi UMKM melalui pemetaan usaha di Google Maps terhadap peningkatan akses pasar: Studi kasus Desa Ndokum Siroga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5(1), 37–44.
- Fadhiela, S et al.,. (2023). Pelatihan desain grafis untuk meningkatkan efektivitas pemasaran digital dalam berwirausaha di Kabupaten Aceh Barat. *Jurnal CARE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2).
- Febrian, R, dkk. (2024). Implementasi Google Maps sebagai digital marketing dalam efektivitas penjualan UMKM nasabah BTPN Syariah Kecamatan Bantur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(16), 721-726
- Fitriani, R., & Lestari, D. (2022). Penerapan Metode Learning by Doing dalam Pelatihan Pembuatan Pamflet UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 33-41
- Ikerismawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S. (2023). Pendampingan pemanfaatan Google Maps dan WhatsApp Bisnis sebagai media digital marketing bagi UMKM di Kelurahan Sebani Kota Pasuruan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1294-1302
- Ilyas, Y., Mujito, M., & Putri, E. A. (2022). Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Digital. *Prosiding PROSEMNASIMKB*.
- Imsar, M., dkk. (2025). Strategi Digitalisasi Promosi UMKM Rengginang Melalui Google Maps dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal. *Jurnal Safari*.
- Ismawati, N. (2021). Pelatihan Desain Grafis untuk Peningkatan Kualitas Media Promosi UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 145-152.
- Kusuma, A.,Ratnawati, N., Y., D. (2024). *Pemberdayaan SDM UMKM dalam Menunjang Wirausaha: Pelatihan Desain Kreatif dan Promosi Digital*.
- Muttaqin, A., dkk. (2024). *Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM melalui Konten Promosi Menggunakan Canva di Pekanbaru*.
- Prasetyo, A. (2020). Peningkatan Kompetensi Pemasaran Digital melalui Pelatihan Desain Grafis bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 3(2), 78-86
- Rosa A. Sari dkk. (2024). Sosialisasi dan Praktik Digital Marketing pada Kelompok UMKM Desa Mundu. *ABISATYA: Journal of Community Engagement*.
- Salsyabillah, M., Pranata, A., Yasmin, R. M., & Misrah. (t.t.). Peran Google Maps dalam strategi promosi dan penjualan UMKM. *Nusantara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(4), 460=470.
- Septi, S. D. N., & Ariescy, R. R. (t.t.). Pemanfaatan Google Maps untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(2), 2250–2255.
- Shalsa, D. N. Reiga, R. A. (2024). Pemanfaatan Google Maps untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(2), 2250-2255
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UmkM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47.

- Sutarto, S. N., & Hwihanus, H. (t.t.). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Era Pasca Pandemi. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3(1).
- Wibowo, B. (2022). Dampak Pelatihan Desain Grafis terhadap Efektivitas Media Promosi UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(2), 56-63.