


INOVASI DIGITAL: WEBSITE PEMETAAN UMKM SEBAGAI ALAT STRATEGIS PENINGKATAN AKSES PASAR DI DESA PLUMBON

Syahru Ramadhan ¹, Windi Amelia Adindaningtyas Putri², Ahmad Hanif Alfarisi³, Suci Wati⁴, Guslan Kaharu⁵, Ririn Nurhaliza⁶, Putri Mayang Sari⁷, Ita Fakhrrannisa⁸, Dika Dwi Anantya⁹, Ima Aryani¹⁰

¹ Department of Primary School Teacher Education, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

² Department of Accountancy, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

³ Department of Medical Laboratory Technology, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia

⁴ Department of Primary School Teacher Education, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁵ Department of Medical Nursing, Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Indonesia

⁶ Department of Primary School Teacher Education, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁷ Department of Dentistry, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

⁸ Department of English Education, Universitas Muhammadiyah Cirebon, Indonesia

⁹ Department of Medical Nursing, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

¹⁰ Department of Biology Education, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

 kknmasplumbon@gmail.com

Abstract

Digital innovation has become a key element in business change, especially for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) that fundamental movements in the national economy. This article explores the importance of the MSME mapping website as a tool to improve market access. By using digital technology, the mapping website allows MSMEs in Plumbon village to more efficiently show the location and distribution of potential markets, and identify opportunities and challenges they may face. This activity examines how the integration of digital mapping technology helps MSMEs in Plumbon village increase visibility, reach new consumer segments, and strengthen competitiveness in an increasingly competitive market. This activity applies mixed methods, which combines quantitative and qualitative methods. Mapping website have a big impact on developing the reach of MSME market, with a positive impact on increasing sales and business development.

Keywords: *MSMEs; digital technology; opportunities*

INOVASI DIGITAL: WEBSITE PEMETAAN UMKM SEBAGAI ALAT STRATEGIS PENINGKATAN AKSES PASAR DI DESA PLUMBON

Abstrak

Inovasi digital telah menjadi unsur utama dalam perubahan bisnis, khususnya bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi penggerak dasar dalam ekonomi nasional. Artikel ini mengeksplorasi pentingnya website pemetaan UMKM sebagai alat untuk meningkatkan akses pasar. Dengan menggunakan teknologi digital, website pemetaan tersebut memungkinkan UMKM desa Plumbon untuk secara lebih efisien menunjukkan lokasi dan distribusi pasar potensial, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang mungkin mereka hadapi. Kegiatan ini mengkaji bagaimana integrasi teknologi pemetaan digital membantu UMKM desa Plumbon meningkatkan visibilitas, menjangkau segmen konsumen baru, memperkuat daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Kegiatan ini dilakukan dengan mixed methods, yang mengintegrasikan metode kuantitatif dengan kualitatif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penggunaan website pemetaan memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperluas cakupan pasar UMKM, dengan berdampak positif pada peningkatan penjualan dan perkembangan bisnis.

Kata kunci: UMKM; teknologi digital; peluang

1. Pendahuluan

Program KKN merupakan wujud aktivitas mahasiswa dalam memberikan kontribusi pada kelompok berdasarkan multidisiplin dan lintas sektor pada waktu serta lokasi yang spesifik. Mahasiswa diharapkan dapat mengimplementasikan pengetahuan akademis secara praktis melalui kegiatan pengabdian dan pendampingan langsung kepada masyarakat. Selain itu, dalam beberapa program KKN yang sedang dirancang secara sistematis, mahasiswa akan dilatih untuk mengidentifikasi serta mengurangi masalah-masalah yang dihadapi oleh masyarakat.

Plumbon merupakan salah satu kampung di wilayah Sukoharjo tepatnya di Kecamatan Mojolaban. Kampung ini berada di sebelah timur Kota Surakarta. Dilintasi jalur rel kereta api yang menghubungkan Surakarta dengan Wonogiri, dan mayoritas wilayahnya terdiri dari area persawahan yang mencakup lebih dari 50 persen dari keseluruhan luas desa. Plumbon memiliki potensi di bidang UMKM yang terbilang signifikan, hal ini terlihat dari warganya yang sebagian besar merupakan para pelaku UMKM.

Di era digitalisasi yang terus maju, UMKM dituntut untuk bisa beradaptasi dan membaca setiap peluang unik dalam menjaga daya saing di tengah perubahan pasar yang dinamis. Hal terbesar yang menjadi hambatan UMKM saat ini adalah keterbatasan akses ke pasar, yang sering disebabkan oleh kurangnya informasi, paparan, dan jejaring yang kuat. Namun, inovasi digital membuka peluang bagi UMKM untuk mengatasi masalah ini, terutama melalui pemanfaatan teknologi pemetaan digital.

Website pemetaan UMKM muncul sebagai inovasi digital penting dalam usaha untuk memperluas akses pasar. Dengan teknologi ini, UMKM dapat secara lebih efektif mencerminkan lokasi dan potensi pasar, mengidentifikasi peluang pertumbuhan, serta memperluas basis konsumen. Teknologi pemetaan digital memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai kondisi pasar, termasuk perilaku konsumen, posisi pesaing, dan cara distribusi yang optimal.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi dan penggunaan teknologi berbasis peta dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM di pasar global (Santoso, 2021; Smith & Jones, 2022). Selain itu, penerapan strategi inovasi digital yang berhasil dapat menghasilkan beberapa hasil positif bagi UMKM. Hal ini mencakup peningkatan efisiensi operasional, peningkatan jangkauan pasar, peningkatan keterlibatan pelanggan, manajemen biaya lebih efisien, dan ketangkasan dalam menanggapi perubahan pasar (Yusuf et al., 2023). Selain itu, inovasi digital dapat mendorong lingkungan pembelajaran dan adaptasi yang berkelanjutan, yang memposisikan UMKM untuk berkembang dalam lanskap bisnis yang dinamis. Meski potensi manfaatnya besar, adopsi teknologi pemetaan digital oleh UMKM dapat menemui beragam kesulitan, seperti sumber daya yang terbatas, pengetahuan teknis, dan tantangan dalam integrasi teknologi dengan sistem bisnis yang ada (Brown et al., 2021). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana UMKM dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi ini dalam strategi bisnis mereka. Artikel ini membahas peran penting website pemetaan UMKM sebagai alat strategis untuk meningkatkan akses pasar, dengan fokus pada bagaimana teknologi ini dapat membantu dalam mengidentifikasi peluang pasar, meningkatkan daya saing, dan mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi UMKM dalam era digital.

0. Literatur Review

Inovasi dalam bisnis skala kecil dan menengah menjadi faktor kunci untuk menghadapi tantangan persaingan umum dan kemajuan teknologi yang cepat. Penggunaan situs web pemetaan UMKM sebagai inovasi bagian dari perkembangan teknologi yang dapat meningkatkan akses pasar bagi UMKM. Konsep penting yang mendasari pemanfaatan teknologi ini diantaranya teknologi informasi dan komunikasi (TIK), digital marketing, dan sumber daya manusia.

2.1 Teknologi Informasi dan Komunikasi pada pengembangan UMKM

Penerapan TIK memegang peranan penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM. Dengan menggunakan TIK, UMKM dapat memperluas cakupan pasar, meningkatkan akses informasi, dan mengurangi biaya operasional. Menurut studi yang dilakukan oleh (Afolayan dkk, 2015), penggunaan teknologi berbasis internet, seperti situs web dan e-commerce, memberikan kesempatan bagi UMKM untuk meraih pelanggan baru serta merambah pasar global. Dengan memanfaatkan website pemetaan UMKM akan mendapatkan gambaran data geografis dan demografis secara jelas.

2.2 Digital Marketing

Digital marketing menawarkan berbagai keunggulan yang signifikan jika dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional. Dengan digital marketing, perusahaan mampu menjangkau lebih banyak khalayak serta tersegmentasi dengan dana rendah. Dengan memanfaatkan internet dan media sosial, perusahaan dapat mencapai konsumen potensial di berbagai wilayah geografis tanpa terikat oleh batasan waktu maupun ruang (Ahmas et al., 2022). Selain itu, penggunaan data dan analitik digital membuat perusahaan bisa mendapat wawasan lebih mengenai perilaku,

preferensi, dan kebutuhan konsumen, sehingga mereka dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan pengalaman konsumen. Perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi mendorong perusahaan menyesuaikan strategi dengan pendekatan baru. Beberapa aspek pemasaran digital yang penting antara lain: Website, Optimisasi Mesin Pencarian (SEO), Sosial Media Ads, Influencer, E-mail Marketing, CRM.

2.3 Peran sumber daya manusia dalam inovasi UMKM

Faktor mutu tenaga kerja berperan krusial dalam proses inovasi. Memperkuat investasi pada program pelatihan dan pengembangan karyawan dapat merangsang kemampuan kreatifitas serta inovasi yang diperlukan untuk memajukan UMKM. Menurut (Yusuf, T.O., et al 2018), pentingnya pengembangan SDM yang berkelanjutan dan adaptasi terhadap perubahan dalam dunia bisnis menjadi landasan utama dalam menciptakan inovasi yang efektif di sektor UMKM.

0. Metode Kegiatan

Kegiatan ini menerapkan pendekatan kombinasi, yang mengintegrasikan metode kuantitatif dan kualitatif. Ini dimaksudkan untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh tentang website pemetaan UMKM dalam meningkatkan akses pasar. Metode kualitatif dilaksanakan melalui wawancara, dokumentasi, dan pengamatan, sementara metode kuantitatif dilakukan pengumpulan data dengan pengambilan titik-titik koordinat di tiap-tiap UMKM.

0. Hasil dan Pembahasan

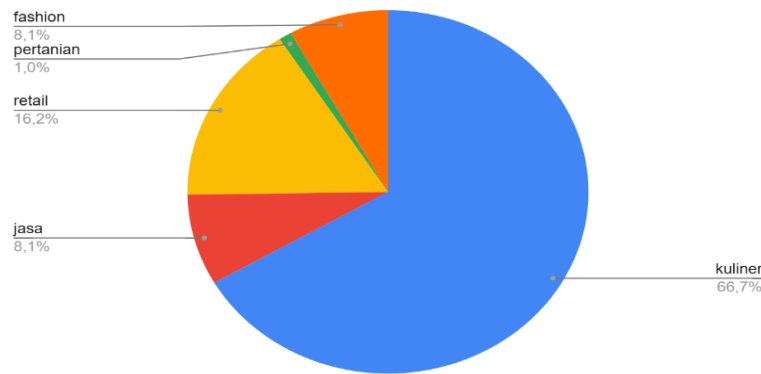
Kegiatan KKN-MAs yang dilakukan oleh kelompok 58 di desa Plumbon memiliki tujuan utama untuk membantu mengembangkan UMKM yang ada di desa Plumbon melalui inovasi WEBSITE UMKM dengan harapan dapat memberikan dampak pada peningkatan akses pasar. Agar dapat mencapai tujuan adapun tahapan kegiatan yang dilakukan oleh KKN-MAs 58 adalah sebagai berikut:

4.1 Sosialisasi, Wawancara, Pendataan UMKM



Gambar 1. Sosialisasi, Wawancara, dan Pendataan UMKM Desa Plumbon

Mahasiswa KKN-Mas kelompok 58 mendatangi para pelaku UMKM desa Plumbon untuk melakukan sosialisasi terkait pentingnya digital marketing dan kegunaan WEBSITE UMKM sebagai salah satu cara dalam pemasaran digital yang dapat memberikan peningkatan pangsa pasar, selain itu mahasiswa juga melakukan wawancara dan pendataan terhadap UMKM desa Plumbon yang kemudian dari data yang ada nantinya akan di kelompokkan dan dimasukkan ke dalam WEBSITE UMKM desa Plumbon.



Gambar 2. Diagram hasil pemetaan UMKM Desa Plumbon 2024

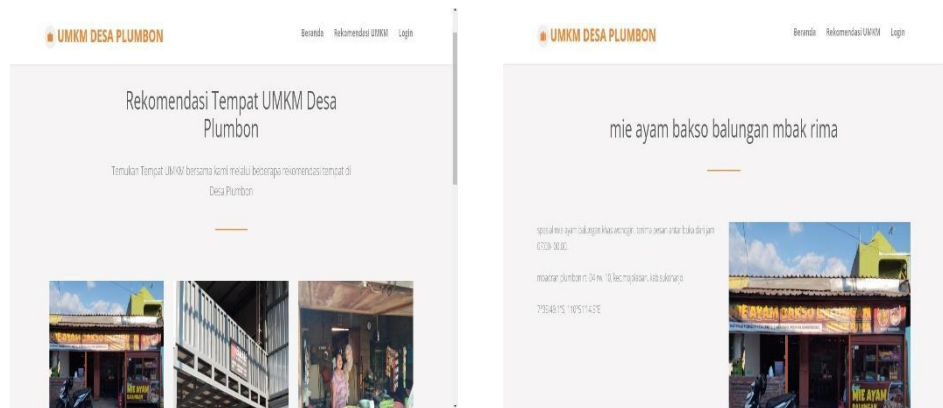
Dari pendataan yang dilakukan oleh kelompok KKN-Mas 58 dengan jumlah sebanyak 99 UMKM didapat beberapa kategori jenis usaha yaitu fashion sejumlah 8,1%, pertanian berjumlah 1 %, retail berjumlah 16,2%, jasa berjumlah 8,1%, dan yang terbanyak kuliner sejumlah 66,7%.

4.2 Website UMKM Desa Plumbon

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan terhadap UMKM yang ada di desa Plumbon. Kelompok KKN-Mas 58 berhasil mengimplementasikan inovasi digital dengan menciptakan sebuah website pemetaan UMKM. Website ini berfungsi sebagai wadah untuk mempromosikan UMKM setempat dan memungkinkan para pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka secara online. Dengan adanya website ini, UMKM akan mendapat manfaat yaitu meningkatkan visibilitas mereka di pasar online, sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Selain itu, website tersebut juga dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan UMKM kepada masyarakat luas secara efektif. Melalui website tersebut, UMKM dapat menampilkan produk dan layanan mereka sehingga lebih mudah ditemukan oleh konsumen potensial. Penggunaan inovasi digital, seperti pembuatan website pemetaan UMKM dalam program KKN-MAs, merupakan langkah yang positif dalam mendukung pengembangan UMKM lokal.



Gambar 3. Tampilan Depan Website Pemetaan UMKM Desa Plumbon



Gambar 4. Tampilan Menu Rekomendasi UMKM Website Pemetaan UMKM Desa Plumbon

Penerapan TIK menjalankan fungsi krusial dalam upaya meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM. Dengan menggunakan TIK, UMKM dapat memperluas cakupan pasar, meningkatkan akses informasi, dan mengurangi biaya operasional. Menurut studi yang dilakukan oleh (Afolayan dkk,2015), penggunaan teknologi berbasis internet, seperti situs web dan e-commerce, memberikan kesempatan bagi UMKM untuk meraih pelanggan baru serta merambah pasar global. Dengan memanfaatkan website pemetaan UMKM akan mendapatkan gambaran data geografis dan demografis yang akurat dan jelas.

0. Kesimpulan

Dalam program KKN-MAs, kelompok KKN-MAs 58 telah berhasil menciptakan inovasi digital berupa website pemetaan UMKM yang berfungsi sebagai alat strategis untuk memperluas segmen pasar bagi UMKM. Melalui website ini, UMKM dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen potensial secara online, sehingga meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka. Selain itu, website ini juga memudahkan para pelaku UMKM untuk berinteraksi dan berkolaborasi satu sama lain. Dengan implementasi inovasi digital berupa website pemetaan UMKM, akan membawa optimisme pada kemajuan dan kesinambungan usaha serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Daftar pustaka

- [1] Yusuf, T. O., Adeyemo, J. A., & Folarin, B. T. (2018). "Human Capital Development and Innovation: Evidence from Selected Small and Medium Enterprises in Lagos State, Nigeria." *Academy of Strategic Management Journal*, 17(4), 1-
- [2] Santoso, A. (2021). "Digital Transformation in SMEs: Challenges and Opportunities." *Journal of Small Business Management*, 59(3), 243-259.
- [3] Brown, P., Davis, M., & Wang, S. (2021). "Adoption Barriers to Digital Mapping Technologies in SMEs." *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 50-64.
- [4] Afolayan, A., Plant, E., White, G. R. T., Jones, P., & Beynon-Davies, P. (2015). "Information Technology Usage in SMEs: A Comparison of UK and Nigerian SMEs." *Industrial Management & Data Systems*, 115(6), 1166-1187.
- [5] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
- [6] Yusuf, T. O., Adeyemo, J. A., & Folarin, B. T. (2018). "Human Capital Development and Innovation: Evidence from Selected Small and Medium Enterprises in Lagos State, Nigeria." *Academy of Strategic Management Journal*, 17(4), 1-10.
- [7] Yusuf, M., Surya, B., Menne, F., Ruslan, M., Suriani, S., & Iskandar, I. (2023). Business Agility and Competitive Advantage of SMEs in Makassar City, Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/su15010627>
- [8] Pratiwi, Laksita Haniifah, et al. "Peningkatan Performa UMKM Es Gabus 90'an Melalui Pendampingan Sertifikasi Halal." *Warta LPM*, Aug. 2022, pp. 407–20. [journals2.ums.ac.id, https://doi.org/10.23917/warta.v25i3.1089](https://doi.org/10.23917/warta.v25i3.1089).
- [9] Kusumawati, Evi Dewi, et al. "Metode Persediaan Fifo Berbasis Komputer Untuk Meningkatkan Laba Penjualan Pada UMKM Kerajinan Tas Etnik." *Abdi Psikonomi*, Nov. 2023, pp. 164–72. [journals2.ums.ac.id, https://doi.org/10.23917/psikonomi.vi.3491..](https://doi.org/10.23917/psikonomi.vi.3491..)

Satuan

Satuan harus menggunakan **Satuan Internasional**.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
