BHINNEKA PUBLISHING

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BHINNEKA
Volume 5, No. 2, Tahun 2026
https://bhinnekapublishing.com/ojsbp/index.php/Jpmb

***e-ISSN** : 2963-3753*

Penguatan Ekonomi Lokal melalui Pendampingan Promosi UMKM dan Pemetaan Potensi Usaha di Desa Kwadungan

Endang Triwidyati[1], Aisiyah Pramaisela Hapsari[2], Rahma Ajeng Puspitasari[3], Deni Pramono[4]
[1,2,3,4] *Universitas Kadiri, Kediri, Indonesia*

Received : 20 Oktober 2026, Revised : 31 Oktober 2026, Published : 07 November 2026

Corresponding Author
Nama Penulis: Aisiyah Pramaisela Hapsari
E-mail: aisiyahph@unik-kediri.ac.id

Abstrak

Belum tersedianya informasi potensi ekonomi dan basis data UMKM yang terstruktur, serta keterbatasan media identitas usaha menjadi permasalahan di Desa Kwadungan. Kegiatan ini bertujuan memperkuat sarana promosi UMKM sekaligus menyediakan informasi potensi ekonomi bagi Pemerintah Desa. Program dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dengan melibatkan Pemerintah Desa Kwadungan dan lima UMKM terpilih. Kegiatan meliputi identifikasi potensi dan kebutuhan usaha, pendampingan promosi, penyusunan peta potensi ekonomi serta validasi dan penyerahan kepada Pemerintah Desa. Evaluasi dilakukan secara deskriptif berdasarkan hasil survey, dokumentasi kegiatan, pemeriksaan isi peta, dan bukti penerimaan luaran. Hasil program menunjukkan bahwa lima UMKM teridentifikasi dan memperoleh banner sebagai media identitas dan promosi produk. Program juga menghasilkan satu peta potensi ekonomi yang memuat identitas, produk, dan lokasi kelima usaha dan diserahkan kepada Pemerintah Desa. Integrasi dilakukan menggunakan data usaha yang sama untuk menghasilkan media promosi pada tingkat UMKM dan peta pada tingkat desa. Capaian tersebut menunjukkan keberhasilan pelaksanaan program dalam menyediakan sarana dan informasi potensi ekonomi sebagai dasar pengelolaan informasi usaha serta pengembangan ekonomi local secara berkelanjutan.

Kata kunci *– ekonomi lokal, pemetaan potensi ekonomi, pendampingan UMKM, promosi usaha*

Abstract

The unavailability of economic potential information and a structured MSME database, as well as limited business identity media are problems in Kwadungan Village. This activity aims to strengthen MSME promotion facilities as well as provide information on economic potential for the Village Government. The program is implemented through a participatory approach involving the Kwadungan Village Government and five selected MSMEs. Activities include identifying business potential and needs, promotional assistance, preparing economic potential maps as well as validation and submission to the Village Government. Evaluation is carried out descriptively based on survey results, activity documentation, examination of map contents, and proof of acceptance of output. The program results show that five MSMEs were identified and received banners as a medium for product identity and promotion. The program also produces an economic potential map containing the identities, products and locations of the five businesses and is submitted to the Village Government. Integration is carried out using the same business data to produce promotional media at the MSME level and maps at the village level. This achievement shows the success of program implementation in providing facilities and information on economic potential as a basis for managing business information and sustainable local economic development.

Keywords - *business promotion, economic potential mapping, local economy, MSME mentoring*

How To Cite : *Triwidyati, E., Hapsari, A. P., Puspitasari, R. A., & Pramono, D. (2026). Penguatan Ekonomi Lokal melalui Pendampingan Promosi UMKM dan Pemetaan Potensi Usaha di Desa Kwadungan. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka, 5(2), 1495 - 1506. https://doi.org/10.58266/jpmb.v5i2.1913*

Copyright *©2026 Endang Triwidyati, Aisiyah Pramaisela Hapsari, Rahma Ajeng Puspitasari, Deni Pramono*

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Penguatan ekonomi lokal merupakan salah satu upaya pemberdayaan masyarakat yang bertumpu pada pengembangan potensi dan sumber daya produktif suatu wilayah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan dalam mendukung aktivitas ekonomi desa melalui produksi barang, pemanfaatan keterampilan masyarakat, dan kegiatan perdagangan. Namun, keberadaan potensi usaha tidak selalu didukung oleh sistem informasi ekonomi wilayah dan sarana pemasaran yang memadai. (Purnomo et al., 2024) mengidentifikasi keterbatasan sumber daya dan keterampilan sebagai salah satu tantangan pengembangan UMKM. Oleh karena itu, bentuk pendampingan perlu disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan nyata pelaku usaha. Pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) menekankan pemanfaatan aset dan kapasitas lokal sebagai dasar pemberdayaan masyarakat, (Asbara et al., 2025; Kunyati & Radianti, 2024; Srirejeki et al., 2020) menunjukkan peran pemetaan aset dan potensi desa dalam menyiapkan pengembangan kelembagaan ekonomi lokal. Sejalan dengan hal tersebut, Wahyuningsih et al., (2023) menggunakan pemetaan potensi desa sebagai langkah awal identifikasi kebutuhan pengembangan UMKM. Jacharia et al., (2026) juga menunjukkan bahwa pemetaan potensi desa melalui survei lapangan dan validasi bersama pemerintah desa dapat menghasilkan media informasi spasial untuk mengenali potensi wilayah. Dengan demikian, penguatan ekonomi desa perlu diarahkan pada pengelolaan informasi potensi wilayah yang terintegrasi dengan penyediaan sarana promosi sesuai kebutuhan pelaku usaha.

Desa Kwadungan, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri, memiliki potensi ekonomi masyarakat melalui berbagai usaha olahan pangan dan produk nonpangan. Berdasarkan koordinasi awal dengan Pemerintah Desa Kwadungan, diketahui bahwa desa tersebut belum memiliki peta potensi ekonomi yang memuat informasi identitas, jenis produk, dan lokasi usaha secara terstruktur. Sebagai langkah awal, Pemerintah Desa merekomendasikan lima UMKM untuk diidentifikasi dalam kegiatan pengabdian, yang terdiri atas tiga usaha olahan pangan, yaitu Kerupuk Lapis, Telur Asin Pak Tokah, dan Rambak Terigu Pak Suyitno, serta dua usaha nonpangan, yaitu Planter Bag dan Hanger Sumi Abadi Product. Rekomendasi tersebut ditindaklanjuti melalui survei lapangan dan wawancara langsung dengan pelaku usaha untuk memverifikasi informasi usaha, mengidentifikasi produk, serta mengenali kebutuhan pendampingan. Proses ini menjadi dasar penentuan bentuk dukungan yang relevan dengan kondisi UMKM sasaran.

Hasil survei dan wawancara terhadap lima UMKM menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi pelaku usaha terutama berkaitan dengan keterbatasan media identitas usaha dan promosi produk. Sebagian pelaku usaha belum memiliki sarana promosi yang memadai, seperti banner dan katalog produk, sedangkan tiga dari lima UMKM masih menggunakan sistem titip jual sebagai salah satu mekanisme pemasaran. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran telah berlangsung, tetapi belum seluruhnya didukung oleh media promosi mandiri yang memudahkan masyarakat mengenali identitas dan produk usaha. Berdasarkan kebutuhan tersebut, pendampingan difokuskan pada penyediaan banner sebagai media identitas dan promosi bagi kelima UMKM sasaran. Pemilihan media promosi fisik ini sejalan dengan kegiatan pengabdian dari Halim et al., (2025) di desa Telang Sari yang menerapkan pelatihan desain banner sebagai sarana promosi untuk mendukung pengenalan produk UMKM.

Selain penguatan promosi, ketersediaan informasi lokasi dan identitas usaha menjadi kebutuhan penting dalam pengelolaan potensi ekonomi desa. Pemetaan memungkinkan informasi mengenai jenis produk, identitas usaha, dan lokasi kegiatan ekonomi disajikan secara spasial sehingga lebih mudah dikenali dan ditelusuri. Brown & Kyttä, (2018) menekankan pentingnya keterlibatan pemangku kepentingan lokal serta kejelasan tujuan pemanfaatan informasi dalam pemetaan partisipatif. Kegiatan pengabdian sebelumnya telah menerapkan pemetaan digital berbasis Google Maps untuk mendukung pengenalan lokasi dan aksesibilitas usaha (Aushafina & Wikartika, 2023; Widiastuti et al., 2026; Habibie et al., 2026) juga memperlihatkan bahwa pendataan dan pemetaan UMKM dapat dikembangkan bersama pengelolaan informasi desa melalui keterlibatan masyarakat. Berbeda dari pendekatan tersebut, pemetaan di Desa Kwadungan diarahkan pada penyusunan satu peta potensi ekonomi yang menghimpun informasi identitas, produk, dan lokasi lima UMKM sasaran sebagai media informasi yang dapat dimanfaatkan oleh Pemerintah Desa.

Berbagai kegiatan pengabdian terdahulu telah mengembangkan pendekatan pemetaan potensi desa dan penguatan identitas UMKM. Wahyuningsih et al., (2023) membahas pemetaan potensi desa sebagai dasar identifikasi kebutuhan UMKM, sedangkan Abidin et al., (2026) mengintegrasikan

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

pembuatan identitas visual dengan informasi lokasi digital untuk mendukung *branding* UMKM. Setiani, (2026) juga menerapkan pembuatan banner dan pemetaan persebaran usaha sebagai sarana promosi potensi lokal. Ariyadi et al., (2025) mengombinasikan penanda usaha dengan informasi lokasi pada Google Maps, sedangkan Dinanti et al., (2025) melaksanakan pendampingan branding dan digitalisasi lokasi UMKM. Berdasarkan perkembangan tersebut, kontribusi spesifik program di Desa Kwadungan terletak pada penerapan satu proses inventarisasi dan verifikasi informasi usaha untuk menghasilkan dua bentuk luaran yang saling melengkapi. Informasi hasil survei terhadap lima UMKM digunakan sebagai dasar penyediaan banner pada tingkat pelaku usaha sekaligus penyusunan satu peta potensi ekonomi yang divalidasi bersama Pemerintah Desa. Pendekatan ini menghubungkan kebutuhan penguatan identitas usaha dengan penyediaan informasi spasial yang dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan potensi ekonomi desa.

Program pengabdian dilaksanakan melalui kolaborasi antara dosen dan mahasiswa Universitas Kadiri, Pemerintah Desa Kwadungan, serta pelaku UMKM. Pemerintah Desa berperan dalam merekomendasikan UMKM sasaran dan mendukung validasi informasi, sedangkan pelaku UMKM berpartisipasi melalui penyampaian data identitas, produk, dan kondisi pemasaran usaha. Tim pengabdian melaksanakan survei, pendampingan promosi melalui penyediaan banner, serta pengolahan data untuk penyusunan peta potensi ekonomi. Kolaborasi tersebut menghasilkan dua bentuk luaran, yaitu sarana identitas dan promosi bagi pelaku UMKM serta peta informasi potensi ekonomi bagi Pemerintah Desa. Kedua luaran tersebut dapat dimanfaatkan sebagai perangkat awal untuk mendukung pengenalan usaha, pengelolaan informasi ekonomi, dan perencanaan pendampingan UMKM berikutnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik dan kebutuhan promosi lima UMKM yang direkomendasikan Pemerintah Desa, menyediakan lima banner sebagai media identitas dan informasi produk, serta menghasilkan satu peta potensi ekonomi yang memuat identitas, jenis produk, dan lokasi kelima UMKM untuk divalidasi dan diserahkan kepada Pemerintah Desa. Hasil kegiatan diharapkan dapat mendukung pengenalan usaha melalui pemanfaatan media promosi sekaligus menyediakan informasi potensi ekonomi sebagai dasar pemutakhiran data dan perencanaan pendampingan UMKM secara berkelanjutan.

METODE

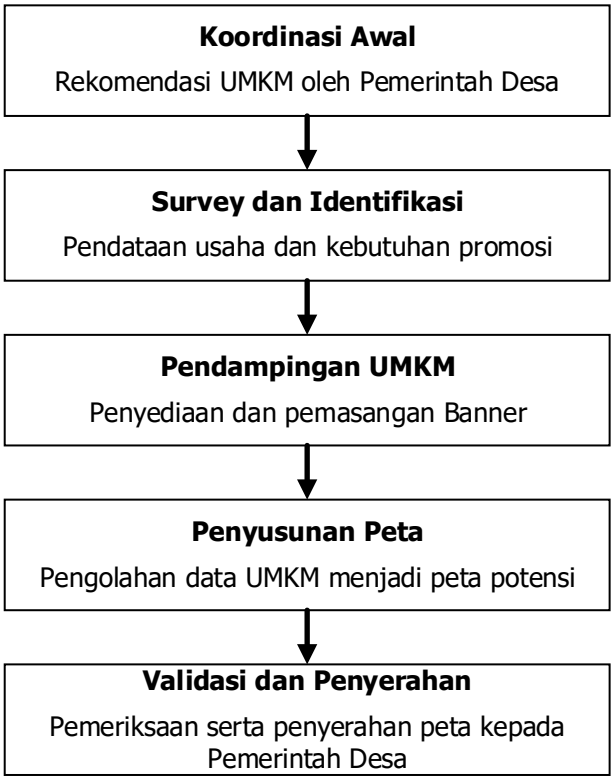
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 10 - 29 Agustus 2026 di Desa Kwadungan, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Program dilaksanakan oleh dosen Universitas Kadiri dengan melibatkan mahasiswa serta bekerja sama dengan Pemerintah Desa Kwadungan sebagai mitra institusional utama. Kegiatan difokuskan pada identifikasi potensi ekonomi lokal, pendampingan promosi UMKM, dan penyusunan peta potensi ekonomi desa.

Sasaran kegiatan terdiri atas Pemerintah Desa Kwadungan sebagai mitra pengelola informasi potensi ekonomi dan lima UMKM sebagai objek inventarisasi sekaligus penerima pendampingan. Penentuan UMKM sasaran dilakukan berdasarkan rekomendasi Pemerintah Desa yang kemudian ditindaklanjuti melalui survei dan verifikasi langsung oleh tim pengabdian. Pendekatan pemilihan sasaran tersebut digunakan untuk memastikan bahwa kegiatan menjangkau usaha yang dikenali oleh Pemerintah Desa serta memungkinkan identifikasi kebutuhan berdasarkan kondisi aktual di lapangan. Kelima UMKM tersebut menjadi unit pelaksanaan pendampingan dan objek informasi yang dicantumkan dalam peta potensi ekonomi.

Pendekatan dan Tahapan Pelaksanaan

Program menggunakan pendekatan partisipatif melalui keterlibatan Pemerintah Desa dan pelaku UMKM dalam identifikasi potensi, pengumpulan informasi usaha, pendampingan, serta validasi luaran. Pemerintah Desa berperan dalam merekomendasikan UMKM sasaran, mendukung koordinasi lapangan, dan memvalidasi peta potensi ekonomi. Pelaku UMKM berpartisipasi melalui wawancara, penyampaian informasi usaha, serta penerimaan pendampingan. Tim pengabdian bersama mahasiswa melaksanakan survei, dokumentasi, penyediaan media promosi, dan penyusunan peta berdasarkan data lapangan. Pelaksanaan program dibagi menjadi lima tahapan utama yang meliputi koordinasi dan penentuan sasaran, survei dan identifikasi kebutuhan UMKM, pendampingan promosi, penyusunan peta potensi ekonomi, serta validasi dan penyerahan luaran. Alur pelaksanaan program disajikan pada Gambar 1.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



Gambar 1. Alur pelaksanaan program penguatan ekonomi lokal di Desa Kwadungan

Tahap pertama adalah koordinasi dan penentuan sasaran bersama Pemerintah Desa Kwadungan. Kegiatan ini dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan penyediaan informasi potensi ekonomi serta menentukan UMKM yang menjadi sasaran kegiatan. Pemerintah Desa memberikan rekomendasi lima UMKM yang kemudian dijadikan dasar pelaksanaan survei lapangan.

Tahap kedua adalah survei dan identifikasi kebutuhan UMKM. Tim melakukan kunjungan langsung dan wawancara dengan masing-masing pelaku usaha untuk memperoleh informasi mengenai identitas usaha, jenis produk, lokasi, mekanisme pemasaran, dan ketersediaan media promosi. Survei juga digunakan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi pelaku UMKM, terutama terkait *branding*, katalog, penggunaan sistem titip jual, dan ketersediaan banner sebagai media informasi usaha. Hasil identifikasi digunakan untuk menentukan bentuk dukungan promosi yang sesuai dengan kebutuhan sasaran.

Tahap ketiga adalah pendampingan promosi UMKM. Berdasarkan hasil survei dan identifikasi kebutuhan, tim pengabdian memberikan dukungan berupa penyediaan banner kepada lima UMKM sasaran. Pendampingan difokuskan pada penguatan identitas usaha dan penyajian informasi produk melalui media promosi fisik. Banner dipasang pada lokasi usaha yang sebelumnya belum memiliki media tersebut. Selain pendampingan promosi, tim juga melakukan diskusi dengan pelaku UMKM mengenai pengelolaan usaha, termasuk aspek pencatatan keuangan sederhana. Diskusi tersebut merupakan bagian dari komunikasi dan pendampingan informal, tanpa menghasilkan perangkat pembukuan yang dapat dinyatakan sebagai luaran program. Pelaksanaan pendampingan banner didokumentasikan melalui foto dan rekaman video.

Tahap keempat adalah penyusunan peta potensi ekonomi desa. Setelah kegiatan survei dan pendampingan selesai, informasi mengenai identitas usaha, jenis produk, lokasi, dan dokumentasi kelima UMKM dihimpun sebagai dasar penyusunan peta. Proses pemetaan dilakukan menggunakan aplikasi GISproject dengan mengolah informasi lokasi usaha hasil survei lapangan dan menyajikannya pada peta dasar wilayah Desa Kwadungan. Setiap lokasi UMKM ditandai dan dilengkapi dengan informasi identitas usaha, jenis produk, alamat, serta dokumentasi foto. Peta yang dihasilkan kemudian diperiksa bersama Pemerintah Desa untuk memastikan kesesuaian informasi usaha dan lokasi sebelum diserahkan sebagai luaran program.

Tahap kelima adalah validasi dan penyerahan luaran kepada Pemerintah Desa. Peta yang telah

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

disusun diperiksa bersama Pemerintah Desa Kwadungan untuk memastikan kesesuaian informasi usaha yang ditampilkan. Proses validasi mencakup pemeriksaan informasi identitas, jenis potensi, dan lokasi objek berdasarkan pengetahuan lokal mitra. Setelah proses tersebut, peta potensi ekonomi diserahkan kepada Pemerintah Desa sebagai luaran program yang dapat digunakan untuk mendukung dokumentasi dan pengelolaan informasi potensi ekonomi lokal.

Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui survei lapangan, wawancara langsung dengan pelaku UMKM, dan dokumentasi kegiatan. Instrumen pengumpulan data berupa catatan inventarisasi hasil survei yang mencakup identitas usaha, jenis produk, lokasi usaha, mekanisme pemasaran, ketersediaan media promosi, serta kebutuhan pendampingan. Survei digunakan untuk mengidentifikasi kondisi usaha dan sarana promosi, sedangkan wawancara diarahkan pada pengumpulan informasi mengenai pemasaran dan kendala yang dihadapi pelaku UMKM. Dokumentasi foto dan video digunakan untuk merekam kondisi usaha serta pelaksanaan kegiatan, termasuk penyediaan dan pemasangan banner. Data pendukung diperoleh dari laporan pelaksanaan program dan dokumentasi peta potensi ekonomi.

Data yang terkumpul diolah secara deskriptif sesuai kebutuhan masing-masing luaran. Informasi mengenai identitas, jenis produk, dan lokasi usaha dikelompokkan sebagai bahan penyusunan peta potensi ekonomi, sedangkan informasi mengenai kondisi promosi dan kebutuhan pelaku usaha digunakan sebagai dasar pendampingan. Kesesuaian informasi hasil survei dengan objek yang ditampilkan pada peta diperiksa melalui validasi bersama Pemerintah Desa. Keberhasilan pelaksanaan program dievaluasi berdasarkan indikator dan target operasional dapat diperiksa melalui dokumentasi kegiatan dan luaran. Indikator, target, serta sumber verifikasi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator dan Target Keberhasilan Program

Indikator	Target	Sumber Verifikasi
Identifikasi UMKM	5 UMKM	Catatan survey dan wawancara
Penyediaan Media Promosi	5 Banner	Dokumentasi banner dan penerimaan
Pemetaan Potensi Ekonomi	1 Peta	Pemeriksaan peta akhir
Validasi Informasi Peta	1 Proses Validasi	Dokumentasi pemeriksaan Bersama Pemerintah Desa
Penyerahan Peta	1 Peta diserahkan	Dokumentasi serah terima

Evaluasi dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan hasil pelaksanaan terhadap indikator dan target program. Pemeriksaan dilakukan melalui pencocokan catatan inventarisasi, dokumentasi foto dan video, banner yang dihasilkan, peta akhir, serta bukti validasi dan penyerahan luaran kepada Pemerintah Desa. Ketercapaian indikator kuantitatif dinilai berdasarkan kesesuaian jumlah realisasi dengan target, sedangkan pelaksanaan validasi dan penyerahan dinilai berdasarkan bukti kegiatan yang tersedia. Evaluasi difokuskan pada keterlaksanaan kegiatan dan ketercapaian luaran program sebagai dasar penilaian keberhasilan pelaksanaan pengabdian.

Keterlibatan mitra dievaluasi berdasarkan partisipasi pelaku UMKM dalam wawancara, penerimaan banner oleh lima pelaku usaha, serta keterlibatan Pemerintah Desa dalam validasi dan penerimaan peta potensi ekonomi. Bukti tersebut digunakan untuk menilai partisipasi mitra dalam pelaksanaan program. Evaluasi difokuskan pada ketercapaian proses dan luaran kegiatan, sedangkan perubahan jumlah konsumen, penjualan, dan pendapatan tidak dianalisis karena tidak tersedia data pembanding sebelum dan sesudah pelaksanaan program.

Keberlanjutan program diarahkan pada pemanfaatan banner sebagai media identitas dan promosi oleh pelaku UMKM serta pemutakhiran informasi peta oleh Pemerintah Desa, terutama apabila terdapat perubahan identitas usaha, jenis produk, lokasi, atau penambahan UMKM. Upaya tersebut direkomendasikan sebagai tindak lanjut untuk menjaga relevansi dan pemanfaatan luaran program melalui koordinasi antara Pemerintah Desa dan pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Potensi Ekonomi dan Permasalahan UMKM

Identifikasi potensi ekonomi Desa Kwadungan dilakukan melalui koordinasi dengan Pemerintah Desa yang dilanjutkan dengan survei lapangan dan wawancara terhadap lima UMKM sasaran. Kegiatan

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

ini bertujuan memperoleh informasi mengenai karakteristik usaha, jenis produk, lokasi, mekanisme pemasaran, serta kebutuhan pendampingan. Hasil inventarisasi menunjukkan bahwa kelima UMKM memiliki produk yang beragam, meliputi tiga usaha olahan pangan dan dua usaha nonpangan. Keberagaman tersebut menunjukkan adanya aktivitas ekonomi produktif masyarakat yang dapat dikembangkan melalui penguatan identitas usaha dan penyediaan informasi potensi ekonomi desa. Karakteristik kelima UMKM sasaran disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik usaha berdasarkan inventarisasi lima UMKM sasaran

No.	UMKM sasaran	Kelompok usaha	Jenis produk
1	Kerupuk Lapis	Pangan	Kerupuk lapis
2	Telur Asin Pak Tokah	Pangan	Telur asin
3	Rambak Terigu Pak Suyitno	Pangan	Rambak/kerupuk terigu
4	Planter Bag	Nonpangan	Planter bag
5	Hanger Sumi Abadi Product	Nonpangan	Hanger

Hasil survei dan wawancara menunjukkan bahwa permasalahan utama UMKM sasaran berkaitan dengan keterbatasan media identitas usaha dan promosi produk. Sebagian pelaku usaha belum memiliki banner sebagai media informasi pada lokasi usaha, sedangkan tiga dari lima UMKM menggunakan sistem titip jual sebagai salah satu mekanisme pemasaran. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran telah berjalan, tetapi belum seluruhnya didukung oleh sarana promosi mandiri yang dapat memperkenalkan identitas dan produk usaha secara langsung kepada masyarakat. Sebagai perbandingan, Budiarti et al., (2024) menerapkan pendampingan pemasaran digital melalui marketplace, sedangkan kebutuhan awal UMKM sasaran di Kwadungan dipenuhi melalui media identitas fisik. Berdasarkan kebutuhan tersebut, pendampingan difokuskan pada penyediaan banner yang memuat identitas dan informasi produk masing-masing UMKM. Pemilihan media promosi ini sejalan dengan Halim et al., (2025), yang menerapkan pendampingan pembuatan banner sebagai salah satu bentuk dukungan promosi produk UMKM.

Selain kebutuhan promosi, hasil identifikasi juga menunjukkan pentingnya pengelolaan informasi usaha pada tingkat desa. Data mengenai identitas, jenis produk, dan lokasi kelima UMKM yang diperoleh melalui survei digunakan sebagai dasar penyusunan peta potensi ekonomi. Dengan demikian, kegiatan inventarisasi tidak hanya menghasilkan informasi mengenai karakteristik dan kebutuhan pendampingan pelaku usaha, tetapi juga menyediakan data awal untuk pemetaan potensi ekonomi Desa Kwadungan. Keterhubungan tersebut menjadi dasar pelaksanaan dua kegiatan yang saling melengkapi, yaitu pendampingan promosi pada tingkat UMKM dan penyusunan informasi potensi ekonomi pada tingkat desa.

Pelaksanaan Pendampingan Promosi UMKM

Pendampingan promosi dilaksanakan terhadap lima UMKM yang telah melalui proses survei dan identifikasi kebutuhan. Berdasarkan hasil identifikasi, kegiatan difokuskan pada penyediaan banner sebagai media identitas dan promosi produk yang dapat digunakan secara langsung oleh pelaku usaha. Seluruh UMKM sasaran menerima banner yang memuat identitas dan informasi produk sesuai dengan karakteristik masing-masing usaha, sedangkan pemasangan dilakukan pada lokasi usaha yang sebelumnya belum memiliki media tersebut. Penyediaan banner sebagai luaran promosi juga diterapkan Fitriana et al., (2025) pada pendampingan UMKM di Desa Jawilan. Pelaksanaan kegiatan melibatkan tim pengabdian dan pelaku UMKM, dengan proses penyerahan serta pemasangan banner didokumentasikan melalui foto dan video.

Hasil pendampingan menunjukkan tersedianya media promosi fisik yang dapat mendukung pengenalan identitas dan produk UMKM. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2, banner Rambak Terigu Pak Suyitno menampilkan identitas usaha, ilustrasi kerupuk, dan kalimat promosi, sedangkan banner Telur Asin Pak Tokah memuat nama usaha, ilustrasi produk, serta informasi pendukung. Penyajian informasi tersebut disesuaikan dengan jenis produk masing-masing UMKM sehingga banner tidak hanya berfungsi sebagai penanda lokasi usaha, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Fungsi banner sebagai media komunikasi visual untuk memperkenalkan produk juga dibahas oleh Salman & Sholihah, (2024).

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



(a) **(b)**

Gambar 2. Dokumentasi pendampingan promosi UMKM: (a) Rambak Terigu Pak Suyitno dan (b) Telur Asin Pak Tokah

Pemanfaatan banner sebagai media promosi fisik merupakan bentuk dukungan yang relevan dengan kondisi pemasaran UMKM sasaran. Bagi pelaku usaha yang menggunakan sistem titip jual, keberadaan banner dapat melengkapi mekanisme pemasaran yang telah berjalan melalui penyediaan informasi identitas dan produk pada lokasi usaha. Pendekatan ini sejalan dengan Halim et al., (2025), yang menerapkan pendampingan pembuatan banner sebagai media promosi UMKM. Karim & Asrani, (2024) menekankan penggunaan perangkat desain untuk menyiapkan materi promosi, sementara Ariyanti et al., (2025) memadukan identitas visual, banner, dan informasi lokasi pada pendampingan usaha. Dalam konteks Desa Kwadungan, pemilihan media promosi sederhana didasarkan pada kebutuhan pelaku usaha terhadap sarana identitas yang mudah digunakan tanpa memerlukan perubahan mekanisme pemasaran yang telah diterapkan.

Capaian langsung kegiatan adalah tersedianya lima banner bagi lima UMKM sasaran atau 100% dari target penyediaan media promosi. Keterlibatan pelaku usaha dalam proses survei dan penerimaan banner menunjukkan partisipasi mitra dalam pelaksanaan pendampingan. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa kegiatan telah menyediakan sarana identitas dan informasi produk yang sesuai dengan kebutuhan awal UMKM. Dengan demikian, kontribusi pendampingan pada tahap ini terletak pada penyediaan perangkat promosi yang dapat dimanfaatkan pelaku usaha, sedangkan efektivitas penggunaannya terhadap perkembangan pemasaran memerlukan evaluasi lebih lanjut.

Penyusunan Peta Potensi Ekonomi Desa Kwadungan

Setelah kegiatan survei dan pendampingan UMKM selesai, tim pengabdian menghimpun informasi identitas, produk, alamat, dan lokasi kelima UMKM hasil survei dalam satu tampilan. Peta menggunakan citra dasar wilayah, penanda lokasi, foto usaha, tabel produk dan alamat, serta kode QR. Format tersebut ditujukan sebagai media informasi awal yang dapat dibaca Pemerintah Desa dan digunakan sebagai rujukan pendataan sasaran berikutnya, bukan sebagai sistem informasi geospasial lengkap.

Luaran berupa satu peta potensi ekonomi yang mencantumkan lima entri usaha (Gambar 3). Setiap entri merujuk pada UMKM yang sama dengan penerima banner; konsistensi objek ini menjadi penghubung operasional antara media identitas pada tingkat usaha dan informasi spasial pada tingkat desa. Penelitian pengabdian lain lebih sering menekankan penyajian lokasi secara digital melalui Google Maps (Aushafina & Wikartika, 2023; Sahetapy et al., 2024; Pratama et al., 2025; Nova et al., 2025; Meisarah et al., 2025; Widiastuti et al., 2026; Suryadin et al., 2025) juga menerapkan pemetaan Google Maps dalam pengembangan informasi lokasi UMKM; pada program Kwadungan, informasi tersebut dihimpun dalam peta fisik untuk Pemerintah Desa.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



NO	NAMA PRODUK	NOMOR TELFON	ALAMAT
1.	KERUPUK LAPIS	081239124400	KARANGREJO, KEC NGASEM, KAB KEDIRI
2.	TELUR ASIN PAK TOKAH	-	DESA KWADUNGAN, KEC NGASEM, KAB KEDIRI
3.	RAMBAK TERIGU PAK SUYITNO	085784758907	DESA KWADUNGAN, KEC NGASEM, KAB KEDIRI
4.	PLANTER BAG	081259075614	PERUM PESONA KOTA, KWADUNGAN, KEC NGASEM
5.	HANGER SUMI ABADI PRODUCT	0821400899165	DESA KWADUNGAN, KEC NGASEM, KAB KEDIRI

Gambar 3. Peta Potensi Ekonomi UMKM Desa Kwadungan

Berbeda dari promosi yang ditujukan langsung kepada pelaku usaha, fungsi peta berada pada pengelolaan informasi wilayah dan memungkinkan identifikasi usaha serta persebarannya dalam satu media. Program Siswanto et al., (2026) dan Akbar et al., (2026) juga memperlihatkan penggunaan informasi lokasi usaha melalui media serta keluaran teknis yang berbeda. Rahmanida et al., (2025) menekankan aksesibilitas informasi lokasi usaha melalui Google Maps, sedangkan Ridha et al., (2026) menggabungkan media promosi fisik dan informasi lokasi digital sebagai dukungan branding UMKM.

Dari sisi kontribusi, kajian Wahyuningsih et al., (2023) menempatkan pemetaan potensi usaha sebagai langkah awal untuk mengenali kebutuhan pengembangan UMKM, sementara Brown & Kyttä, (2018) mengingatkan pentingnya maksud pemetaan dan keikutsertaan pihak lokal. Program Kwadungan menempatkan Pemerintah Desa sebagai pihak yang merekomendasikan usaha sekaligus memeriksa hasil inventarisasi. Penyajian informasi bersifat terbatas pada lima objek; ketelitian geometrik titik lokasi dan kelengkapan seluruh usaha belum diuji.

Validasi dan Penyerahan Peta kepada Pemerintah Desa

Peta potensi ekonomi yang telah disusun selanjutnya melalui proses validasi bersama Pemerintah Desa Kwadungan. Pemerintah Desa melakukan pemeriksaan informasi usaha pada peta berdasarkan pengetahuan lokal, dan proses akhir didokumentasikan melalui penandatanganan, penyerahan, serta pemasangan produk peta (Gambar 4). Keterlibatan ini menunjukkan penerimaan luaran secara administratif dan fisik, tetapi bukan penilaian kuantitatif terhadap kepuasan atau penggunaan jangka panjang. Dokumentasi tersebut menjadi bukti yang tersedia untuk indikator validasi dan serah terima.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



Gambar 4. Dokumentasi validasi, pemasangan, dan penyerahan peta potensi ekonomi UMKM Desa Kwadungan.

Pemasangan peta di lingkungan Pemerintah Desa menunjukkan bahwa hasil inventarisasi tidak berhenti sebagai berkas penyusunan, melainkan hadir dalam media informasi fisik. Hal ini merupakan manfaat langsung yang dapat dibuktikan pada tingkat ketersediaan informasi; keputusan kebijakan atau program ekonomi yang menggunakan peta tersebut belum didokumentasikan. Untuk mengembangkan manfaatnya, diperlukan mekanisme pembaruan data usaha dan pengelolaan oleh aparat desa.

Pemeriksaan bersama Pemerintah Desa dapat mendukung kesesuaian nama dan lokasi usaha dengan pengetahuan setempat, tetapi tidak menggantikan verifikasi koordinat menggunakan prosedur survei geospasial. Peta perlu dipahami sebagai produk inventarisasi awal, bukan sebagai peta definitif yang mencakup seluruh unit usaha atau memenuhi ketelitian geometrik tertentu.

Evaluasi Capaian dan Keberlanjutan Program

Tabel 3. Target Operasional dan Capaian Luaran Program

Indikator dan unit ukur	Target	Hasil terdokumentasi	Status
UMKM teridentifikasi (unit)	5	5 unit disurvei dan diwawancarai	Tercapai
Banner disediakan (unit)	5	5 banner untuk 5 UMKM	Tercapai
Peta informasi usaha (dokumen)	1	1 peta dengan 5 entri	Tercapai
Pemeriksaan bersama Pemerintah Desa	Dilaksanakan	Proses pemeriksaan/pengesahan didokumentasikan	Tercapai
Penyerahan peta kepada Pemerintah Desa	Dilaksanakan	Serah terima dan pemasangan didokumentasikan	Tercapai

Evaluasi capaian program dilakukan dengan membandingkan target dan realisasi berdasarkan indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Sebagaimana disajikan pada Tabel 3, seluruh target luaran program telah tercapai, meliputi identifikasi lima UMKM, penyediaan lima banner sebagai media promosi, serta penyusunan satu peta potensi ekonomi yang memuat informasi kelima UMKM sasaran. Peta tersebut telah melalui proses validasi dan diserahkan kepada Pemerintah Desa Kwadungan. Hasil evaluasi menunjukkan ketercapaian seluruh indikator program, dengan realisasi luaran kuantitatif mencapai 100% dari target yang ditetapkan. Capaian ini menunjukkan keberhasilan pelaksanaan kegiatan dalam menyediakan sarana promosi bagi pelaku UMKM dan informasi potensi ekonomi bagi Pemerintah Desa.

Respons mitra tercermin dari keterlibatan pelaku UMKM dalam survei dan wawancara, penerimaan banner oleh kelima pelaku usaha, serta partisipasi Pemerintah Desa dalam penentuan sasaran, validasi informasi, dan penerimaan peta potensi ekonomi. Keterlibatan tersebut menunjukkan adanya partisipasi aktif mitra dalam mendukung pelaksanaan program. Faktor pendukung kegiatan meliputi koordinasi dengan Pemerintah Desa dan keterbukaan pelaku UMKM dalam memberikan informasi mengenai identitas, produk, lokasi, serta kondisi pemasaran usaha. Dukungan tersebut memudahkan proses inventarisasi, penyediaan media promosi, dan penyusunan peta potensi ekonomi. Sementara itu, keterbatasan cakupan inventarisasi pada lima UMKM dan belum tersedianya pemantauan pemanfaatan luaran menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

program berikutnya.

Secara konseptual, program ini sejalan dengan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang menekankan pemanfaatan potensi dan kapasitas lokal sebagai dasar pemberdayaan masyarakat (Asbara et al., 2025;Kunyati & Radianti, 2024). Pendekatan serupa telah diterapkan dalam berbagai kegiatan pengabdian melalui penguatan identitas visual dan penyediaan informasi lokasi usaha (Abidin et al., 2026; Ardyanti et al., 2025; Setiani, 2026). Dalam konteks Desa Kwadungan, kontribusi program terletak pada integrasi pendampingan promosi dan pemetaan potensi ekonomi melalui satu proses inventarisasi dan verifikasi informasi usaha. Data kelima UMKM digunakan untuk menghasilkan dua bentuk luaran yang saling melengkapi, yaitu banner sebagai media identitas dan promosi pada tingkat pelaku usaha serta peta potensi ekonomi sebagai media informasi spasial pada tingkat desa. Keterpaduan tersebut menunjukkan bahwa informasi hasil inventarisasi dapat dimanfaatkan untuk mendukung kebutuhan pelaku usaha sekaligus pengelolaan informasi potensi ekonomi oleh Pemerintah Desa.

Keberlanjutan program diarahkan pada pemanfaatan banner oleh pelaku UMKM serta pemutakhiran informasi peta oleh Pemerintah Desa sesuai perkembangan kegiatan usaha. Evaluasi lanjutan dapat dilakukan untuk menilai penggunaan media promosi dan pemanfaatan peta sebagai dasar pengembangan program pendampingan berikutnya.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kwadungan telah mencapai target pelaksanaan melalui identifikasi lima UMKM, penyediaan lima banner sebagai media identitas dan promosi usaha, serta penyusunan satu peta potensi ekonomi yang memuat informasi kelima UMKM dan telah divalidasi serta diserahkan kepada Pemerintah Desa. Kontribusi utama program terletak pada integrasi pendampingan promosi dan pemetaan potensi ekonomi melalui pemanfaatan data hasil inventarisasi yang sama untuk menghasilkan dua bentuk luaran yang saling melengkapi. Banner menyediakan sarana identitas dan informasi produk bagi pelaku UMKM, sedangkan peta potensi ekonomi menjadi media informasi spasial yang dapat dimanfaatkan Pemerintah Desa untuk mendukung pengelolaan potensi ekonomi lokal.

Keberlanjutan program diarahkan pada pemanfaatan media promosi oleh pelaku UMKM serta pemutakhiran informasi peta oleh Pemerintah Desa sesuai perkembangan usaha. Mengingat evaluasi kegiatan masih berfokus pada ketercapaian luaran, diperlukan pemantauan lanjutan untuk menilai pemanfaatan banner dan peta serta manfaatnya bagi mitra. Koordinasi antara Pemerintah Desa dan pelaku UMKM diharapkan dapat mendukung pengelolaan informasi usaha dan menjadi dasar pengembangan program pendampingan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Kadiri melalui Lembaga Penelitian, Pengembangan, dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) atas dukungan kelembagaan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Apresiasi juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Kwadungan atas kerja sama, fasilitasi kegiatan, serta keterlibatan dalam validasi dan penerimaan peta potensi ekonomi desa. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada mahasiswa yang berkontribusi dalam pelaksanaan survei, pendampingan UMKM, dan penyusunan peta, serta kepada seluruh pelaku UMKM yang telah berpartisipasi dan mendukung kelancaran kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, M. Z., Khoiriyah, S., Zakariya, M., & Suningsih, S. (2026). Digitalisasi Identitas UMKM Desa Sukorejo: Pembuatan Logo dan Integrasi Google Maps sebagai Strategi Branding Lokal. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *8*(1), 282–290. https://doi.org/10.24036/abdi.v8i1.1772

Akbar, M., Setiawan, W. K., Tyas, P. P. H., Nurmalaya, R. J., Fathoni, A. A., & Dafa, H. A. (2026). Pemberdayaan UMKM melalui Pemetaan Digital dan Legalitas Usaha di Desa Gedangan. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *7*(2), 422–428. https://doi.org/10.54951/comsep.v7i2.1316

Ardyanti, O. E., Sanubari, S. T., Dehlia, C. I., Ibad, A. A., Abista, A. M. F., & Alawi, A. M. (2025). Strategies for Digitization and Visualization of Business Identity in Empowering MSMEs in Tambak

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Wedi Village. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *7*(3). https://doi.org/10.29040/budimas.v7i3.18121

Ariyadi, M. S. R., Suparmun, A. C. A., Hayati, L. N., Anugraini, N., Mufida, N. unnuha, Rizki, M., & Fazlurrohman, M. (2025). Meningkatkan Branding UMKM Desa Jimbung Gua dengan Optimalisasi Digitalisasi Google Maps dan Pembuatan Plang UMKM. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*(1), 509–517. https://doi.org/10.56799/joongki.v5i1.12937

Ariyanti, M. I., Kumaidah, Saadah, S., & Suryandani, W. (2025). Penguatan Branding UMKM Dapoer Mak Jum Melalui Identitas Visual di Desa Tireman. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*(2), 215–222. https://doi.org/10.30997/almujtamae.v5i2.20871

Asbara, N. W., Rizal, F., Mubyl, M., Hernawan, Mujaddid, & Fahrullah, Muh. (2025). MSME transformation through modern entrepreneurship strategies: An asset-based community development approach. *Community Empowerment*, *10*(11), 2213–2223. https://doi.org/10.31603/ce.15106

Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, *4*(3), 477–483. https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366

Brown, G., & Kyttä, M. (2018). Key issues and priorities in participatory mapping: Toward integration or increased specialization? *Applied Geography*, *95*, 1–8. https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2018.04.002

Budiarti, L., Mellinia, S. P., Fadhila, L. S., Su'daa, S. N., Zaen, M. R., & Noviyanti, S. E. (2024). Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, *7*(2), 435–453. https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i2.21760

Dinanti, M. D., Nafi'udin, R., Maryam, D., Hati, M. R., Mukti, R. H., & Malasari, S. (2025). Pendampingan UMKM: Pembuatan NIB, Branding, dan Digitalisasi Melalui Google Maps di Dusun Sabatan. *Masyarakat Berkarya: Jurnal Pengabdian Dan Perubahan Sosial*, *2*(1), 110–125. https://doi.org/10.62951/karya.v2i1.1174

Fitriana, M. C., Supron, Hidayat, I., Nofiana, T., Sukandar, R. S., Sinaga, L., & Damayanti, I. (2025). Optimalisasi Pemasaran UMKM Melalui Pembuatan Media Promosi Banner di Desa Jawilan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *3*(6), 3036–3042. https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i6.2909

Habibie, S. A., Hamzah, S. N., & Lahay, S. N. (2026). Transformasi Digital dan Pemetaan Potensi Ekonomi Desa Huntu Barat Berbasis Partisipasi Masyarakat. *Jurnal Abdi Insani*, *13*(2), 917–928. https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i2.3356

Halim, R. M. N., Mirza, A. H., & Rabbani, H. (2025). Pelatihan Desain Banner Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Telang Sari. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *3*(9), 4751–4755. https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i9.3374

Jacharia, E. Y. A. P., Alfaridzi, M. A., Sari, E. C. F., Nabilah, A. P., Kamsinar, J., Mawartina, J., Amelia, R. P., Ramadan, M. I., Setiani, W., Listari, L., & Magfira, F. (2026). Pemetaan Potensi Desa Sungai Buluh sebagai Upaya Penyediaan Informasi Spasial melalui Program Gerbang Potensi Desa. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *6*(4), 2385–2399. https://doi.org/10.53299/ba-jpm.v6i4.5540

Karim, A., & Asrani, D. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(3), 279–285. https://doi.org/10.47065/jpm.v4i3.1582

Kunyati, S. A., & Radianti, J. (2024). Community Asset Mapping in Indonesian Local Micro Enterprise Empowerment: Insights from Sukamantri Village. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, *8*(1), 75–100. https://doi.org/10.14421/jpm.2024.081-05

Meisarah, H., Mulyana, S., Wulandari, W., Anazra, D., & Samsudin, S. (2025). Digitalisasi UMKM Desa Timbang Lawan Melalui Pemetaan Usaha di Google Maps sebagai Strategi Peningkatan Visibilitas dan Aksesibilitas Konsumen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, *4*(06), 1265–1277. https://doi.org/10.62668/sabangka.v4i06.1901

Nova, S., Harahap, R., Hapshani, N. F., & Azhari, M. F. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Optimalisasi Digitalisasi Usaha Berbasis Google Maps di Desa Raya Dusun IV. *Easta Journal of Innovative Community Services*, *4*(01), 22–34. https://doi.org/10.58812/ejincs.v4i01.411

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Pratama, R. A., Putra, D. D. D., Maldini, D., & Lestari, H. (2025). Pemetaan Digital UMKM, Fasilitas Umum, dan Instansi Pemerintah Desa Bandar Melalui Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, *3*(4), 1151–1157. https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.352

Purnomo, S., Nurmalitasari, & Nurchim. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Management and Digital Business*, *4*(2), 301–312. https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1121

Rahmanida, S. E., Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., & Rahmawati, R. (2025). Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 147–153. https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177

Ridha, I., Bandri, Yanti, S., Yasil, O. A., Saputra, E., Nirmaysi, Purmadani, S., Egatri, C., & Hasmin, F. (2026). Optimalisasi Google Maps dan Media Promosi Fisik sebagai Strategi Branding UMKM Desa Gunong Mantok. *Majalah Cendekia Mengabdi*, *4*(2), 122–127. https://doi.org/10.63004/mcm.v4i2.1004

Sahetapy, H. V, Hahury, H. D., Metekohy, S., Siaila, S., Ramly, F., Bugis, M., Muspida, Tamtelahitu, J., Oppier, H., & Pattimahu, T. V. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Tag Lokasi Usaha Berbasis Google Maps sebagai Upaya Promosi UMKM di Kota Ambon. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, *9*(2), 534–541. https://doi.org/10.30653/jppm.v9i2.853

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

Setiani, A. (2026). Strategi Penguatan Branding UMKM melalui Pembuatan Banner dan Pemetaan Persebaran Usaha sebagai Upaya Meningkatkan Promosi Potensi Lokal di Desa Taji. *PENDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*(1), 90–101. https://doi.org/10.47435/pendimas.v5i1.4739

Siswanto, Tatontos, K. A., & Angkona, V. S. (2026). Pendampingan Digitalisasi Tata Kelola Informasi dan Pemetaan Potensi Ekonomi UMKM Berbasis Google Maps. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, *6*(01), 62–69. https://doi.org/10.30587/jpm.v6i01.12478

Srirejeki, K., Faturahman, A., Warsidi, Ulfah, P., & Herwiyanti, E. (2020). Pemetaan Potensi Desa untuk Penguatan Badan Usaha Milik Desa dengan Pendekatan Asset Based Community-Driven Development. *Warta LPM*, *23*(1), 24–34. https://doi.org/10.23917/warta.v23i1.8974

Suryadin, A., Pratama, J. R., Ulfiyanti, T. N., Rahmini, R., Febridianti, C., Sukmawati, I., Resparina, A., Nuhaliza, Rahilda, Febriansyah, D., & Miraldy, M. (2025). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pemetaan Google Maps di Desa Sungai Selan Atas, Kabupaten Bangka Tengah. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, *5*(1), 1–13. https://doi.org/10.53067/ijecsed.v5i1.185

Wahyuningsih, E. D., Yulianto, H., & Aniqotunnafiah. (2023). Pemetaan Potensi Desa bagi Pengembangan UMKM di Desa Cerme, Kec. Juwangi, Kab. Boyolali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 100–106. https://doi.org/10.54066/abdimas.v2i1.272

Widiastuti, Y., Al Azzaqi, D., Nuam, A. L., & Mawadah, S. (2026). Digitalisasi Pemetaan UMKM Berbasis Google Maps Sebagai Media Penguatan Branding Usaha di Desa Buko Kecamatan Wedung Kabupaten Demak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, *4*(4), 5660–5667. https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i4.1433

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license