

Peran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam Integrasi Digital Marketing : Strategi Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan Desa Sadangmekar Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat

Ciptadi Ramadan Saefullah Sudrajat¹, Aldila Nuur Alisa Maharani^{2*}, Afyifah Faidz³, Ikmal Bani Ibrahim⁴, Najwa Haqqi Salma⁵, Dini Nurhandayani⁶, Vinki Azhari Pangestika Ma'ruf⁷, Syifa Nur Ilahiyah⁸, Bhunga Shazkia Illahi⁹, Rama¹⁰, Dian Kusumawati¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Universitas Muhammadiyah Bandung, Jl. Soekarno-Hatta No.752, Cipadung Kidul, Kec. Panyileukan, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia.

E-mail: kknsadangmekar804@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2537>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 31 August 2025

Revised: 06 Sept 2025

Accepted: 12 Sept 2025

Kata Kunci:

Digital Marketing, KKN, UMKM, Google Maps, Pemberdayaan Masyarakat.

Keywords:

Digital Marketing, KKN, MSMEs, Google Maps, Community Empowerment.

ABSTRACT

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Muhammadiyah Bandung di Desa Sadangmekar, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, berfokus pada penerapan strategi digital marketing sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat dan peningkatan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Sadangmekar adalah rendahnya literasi digital, terbatasnya strategi promosi, serta minimnya pemanfaatan teknologi informasi. Mahasiswa KKN berperan aktif dalam melakukan observasi, pendampingan, dan implementasi program berbasis digital, seperti optimalisasi Google Maps untuk pendaftaran lokasi usaha serta pembuatan banner identitas visual yang terintegrasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan digital marketing mampu meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta mempermudah konsumen dalam menemukan produk dan lokasi usaha UMKM. Program ini membuktikan bahwa integrasi digital marketing tidak hanya membantu pengusaha desa dalam promosi, tetapi juga mendorong terciptanya pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan KKN berperan sebagai katalis dalam mendukung transformasi digital UMKM sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Sadangmekar.

The Community Service Program (KKN) of Muhammadiyah University of Bandung in Sadangmekar Village, Cisarua District, West Bandung Regency, focused on the implementation of digital marketing strategies as a form of community empowerment and increasing the competitiveness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The main problems faced by MSMEs in Sadangmekar Village are low digital literacy, limited promotional strategies, and minimal use of information technology. KKN students played an active role in conducting observations, mentoring, and implementing digital-based programs, such as optimizing Google Maps for business location registration and creating integrated visual identity banners. The results of the activities showed that the implementation of digital marketing was able to increase business visibility, expand marketing reach, and make it easier for consumers to find MSME products and business locations. This program proved that digital marketing integration not only helps village entrepreneurs in promotion but also encourages the creation of sustainable community empowerment. Thus, KKN activities play a catalyst in supporting the digital transformation of MSMEs while improving the economy of the Sadangmekar Village community.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Ciptadi Ramadan Saefullah Sudrajat, et al (2025). Peran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam Integrasi Digital Marketing : Strategi Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan Desa Sadangmekar Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat, 4(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2537>

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran telah mengalami transformasi digital, yang telah mengubah cara bisnis berhubungan dengan pelanggan dan memasarkan barang mereka. Digital marketing kini menjadi bagian penting dari strategi pemasaran kontemporer dan mencakup metode seperti pemasaran melalui media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), pemasaran konten, dan email marketing. Digital marketing memiliki keunggulan karena dapat memberikan data analitik yang mendalam untuk mengukur seberapa efektif sebuah kampanye pemasaran dan menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah (Pikal et al, 2024).

Salah satu dari tri dharma perguruan tinggi, yaitu pendidikan, pengabdian masyarakat, dan pengabdian, adalah kuliah kerja nyata (KKN) (Muna, 2022), tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mendekatkan mahasiswa dengan realitas sosial yang ada di masyarakat dan memberikan kontribusi nyata untuk membantu mengatasi masalah yang ada di lingkungan mereka. Mahasiswa diharapkan melalui KKN tidak hanya dapat menerapkan pengetahuan yang mereka pelajari, tetapi juga menjadi penggerak perubahan yang dapat berdampak positif pada Masyarakat (Mahsunah et al, 2025).

Pengusaha di desa seperti Desa Sadangmekar sering mengalami kesulitan dalam memanfaatkan potensi digital marketing secara optimal. Di pasar yang semakin kompetitif, kemampuan mereka untuk bersaing dapat terhambat jika mereka tidak memahami alat digital dan strategi pemasaran online. Hal ini disebabkan oleh banyak hal, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi dan tidak adanya akses ke pelatihan yang relevan. Akibatnya, Pengusaha di desa seringkali hanya menggunakan strategi pemasaran tradisional yang tidak efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas di era digital (Pikal et al, 2024).

Di Kabupaten Bandung Barat, khususnya di Desa Sadangmekar Kecamatan Cisarua, terdapat tantangan dalam meningkatkan branding usaha mereka, para pengusaha UMKM seringkali tidak paham cara memanfaatkan teknologi di zaman sekarang serta minimnya literasi digital, peneliti menemukan solusi yang dapat diterapkan dalam mendukung pemasaran produk dan mengatasi permasalahan para pengusaha UMKM di Desa Sadangmekar yaitu dengan memasang banner promosi yang terintegrasi dengan identitas visual desa serta optimalisasi penggunaan Google Maps.

Kualitas UMKM di Desa Sadangmekar kurang memadai dari segi pengenalan produk ke masyarakat. Mahasiswa KKN 10 Universitas Muhammadiyah Bandung memiliki peran strategis dalam membantu meningkatkan kualitas UMKM di Desa Sadangmekar. Melalui program-program pengabdian yang berfokus pada masyarakat, serta pengenalan teknologi informasi, mahasiswa dapat membantu meningkatkan motivasi penjualan secara luas, memberikan akses terhadap penjualan dan jangkauan yang lebih menyeluruh.

Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Bandung dalam upaya meningkatkan digital marketing di Desa Sadangmekar. Dengan memahami kontribusi dan dampak dari kegiatan pengabdian ini, diharapkan dapat menjadi acuan bagi program KKN di masa mendatang agar lebih efektif dan berkelanjutan dalam memberdayakan masyarakat, khususnya di bidang pemasaran..

METODE

Metode yang diimplementasikan dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sadangmekar dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur dengan tujuan agar program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan mampu memberikan dampak positif bagi pengembangan para pengusaha UMKM Adapun tahapan tersebut meliputi (Febranti & Mahadewi, 2023) :

Observasi Kondisi Wilayah

Tahap awal dilakukan dengan mengamati kondisi geografis, potensi sumber daya alam, serta fasilitas pendukung yang dimiliki Desa Sadangmekar. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai potensi desa sekaligus mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi masyarakat, terutama dalam aspek pemasaran produk UMKM. Data dari hasil observasi ini dijadikan landasan dalam menyusun alternatif solusi yang relevan dengan kebutuhan desa.

Observasi Kegiatan Masyarakat

Selanjutnya dilakukan observasi terhadap aktivitas masyarakat, khususnya para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Desa Sadangmekar. Observasi difokuskan pada kemampuan sumber daya manusia, strategi pemasaran yang telah dijalankan, serta tingkat literasi digital pelaku usaha. Melalui pengamatan ini, mahasiswa dapat menganalisis program yang tepat untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha, terutama dalam pemanfaatan digital marketing. Pada tahap ini, mahasiswa berperan sebagai fasilitator sekaligus mediator untuk mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya strategi pemasaran berbasis digital di era modern.

Penyusunan Program Kerja

Tahap akhir adalah merancang program kerja berdasarkan analisis hasil observasi wilayah maupun kegiatan masyarakat. Penyusunan program dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan masyarakat agar solusi yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan mereka. Fokus utama program kerja ini adalah memberikan pendampingan terkait strategi promosi berbasis digital, seperti pemanfaatan Google Maps untuk memudahkan akses lokasi usaha dan pemasangan banner sebagai media informasi. Melalui program ini, diharapkan produk UMKM di Desa Sadangmekar dapat lebih dikenal luas, memiliki daya saing yang lebih tinggi, serta berkontribusi pada peningkatan ekonomi masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sadangmekar berfokus pada penerapan strategi digital marketing sebagai upaya mendukung pengembangan potensi usaha masyarakat lokal. Program ini dirancang untuk membantu pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Sadangmekar agar mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, khususnya dalam bidang pemasaran berbasis digital. Kegiatan ini berhasil terlaksana berkat dukungan dari perangkat desa, masyarakat Desa Sadangmekar, serta mahasiswa KKN yang terlibat secara aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan. Melalui kolaborasi ini, masyarakat diberikan pendampingan mengenai optimalisasi Google Maps untuk memperluas jangkauan pemasaran pada tahap implementasi. Selain itu, dilakukan pula pendampingan dalam pengelolaan identitas usaha, seperti pembuatan identitas banner terintegrasi agar lebih menarik. Strategi lain yang dioptimalkan adalah pemanfaatan Google Maps dengan menambahkan titik lokasi usaha, foto produk, serta deskripsi singkat.

Hal ini bertujuan agar konsumen dari luar Desa Sadangmekar dapat lebih mudah menemukan lokasi usaha sekaligus memperoleh informasi terkait produk yang ditawarkan. Hasil dari program ini menunjukkan adanya dampak positif bagi pelaku usaha. Produk yang sebelumnya hanya dikenal di lingkup masyarakat sekitar mulai memiliki akses yang lebih luas berkat promosi digital. Dengan optimalisasi Google Maps, usaha lokal di Desa Sadangmekar menjadi lebih mudah ditemukan dan diakses konsumen. Sementara itu, pemanfaatan media sosial memberikan ruang interaksi yang lebih intens antara pelaku usaha dan konsumen. Secara keseluruhan, penerapan digitalisasi marketing mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta membuka peluang keberlanjutan usaha masyarakat di Desa Sadangmekar.

Kutipan Dan Acuan

Pemasaran berbasis digital telah berkembang dari awalnya hanya kegiatan memasarkan barang dan jasa melalui saluran digital menjadi konsep yang lebih luas. Konsep ini mencakup berbagai proses seperti memperoleh konsumen baru, membangun preferensi konsumen, mempromosikan merek, memelihara hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan penjualan. (Juli Sulaksono, 2020).

Pemasaran digital atau digital marketing adalah bentuk usaha mempromosikan dan memasarkan sebuah merek menggunakan berbagai media digital, seperti internet. (Putranto, 2018). 3 Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan dan Pendidikan Volume 6 No 1 Maret 2023. Menurut Davis, Hills, dan LaForge (1985) menyebutkan bahwa sektor usaha menengah kecil (UMKM) memiliki tiga peran penting dalam memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Nasional Bruto (PNB), menyerap tenaga kerja, dan mendorong inovasi.

Tabel dan Gambar

Tabel 1. Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat

SEBELUM	SESUDAH
----------------	----------------

Sebelum penerapan digital marketing dan pemanfaatan Google Maps, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Sadangmekar masih mengandalkan metode promosi konvensional seperti penjualan langsung dan informasi dari mulut ke mulut. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran relatif terbatas hanya pada lingkup masyarakat sekitar desa	Setelah penerapan digital marketing serta integrasi banner dan pemanfaatan Google Maps, pelaku UMKM di Desa Sadangmekar mampu memperluas jangkauan pemasaran secara lebih efektif. Keberadaan informasi usaha pada platform digital Google Maps membuat konsumen lebih mudah menemukan lokasi usaha, sehingga meningkatkan visibilitas, jumlah pengunjung, serta penjualan produk UMKM
Pengusaha Desa Sadangmekar tidak memiliki identitas UMKM	Pengusaha Desa Sadangmekar jadi memiliki identitas UMKM
UMKM belum terdaftar di Google Maps	UMKM sudah terdaftar di Google Maps

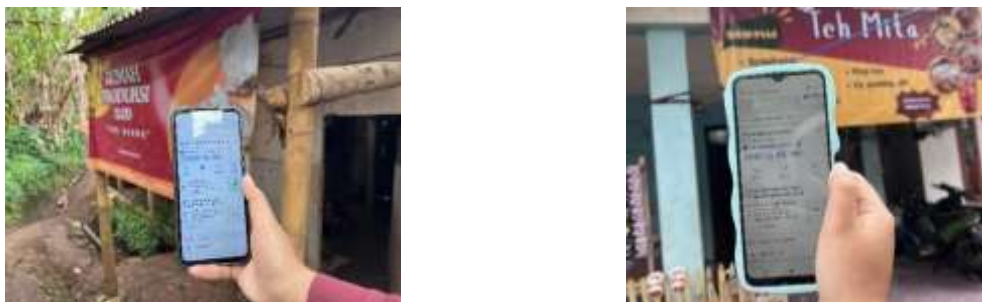


Gambar 1. Observasi Kegiatan Para Pengusaha UMKM Desa Sadangmekar





Gambar 2. Pemasangan Banner Terintegrasi Kepada Pengusaha UMKM Desa Sadangmekar



Gambar 3. Pemanfaatan Google Maps Kepada UMKM Desa Sadangmekar

SIMPULAN

Dari hasil observasi umkm di Desa Sadangmekar dalam pelaksanaan program serta analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan digital marketing dan Google Maps memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Sadangmekar. Sebelum adanya intervensi digital, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan strategi promosi tradisional seperti pemasaran dari mulut ke mulut, penjualan langsung, maupun distribusi terbatas melalui jaringan konsumen sekitar. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pemasaran usaha menjadi sempit, tingkat penjualan cenderung stagnan, serta keterbatasan dalam mengenalkan produk ke masyarakat yang lebih luas.

Setelah diterapkannya strategi digital marketing dan integrasi Google Maps, terjadi perubahan positif yang cukup signifikan. Pemasaran produk menjadi lebih efektif karena dapat menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas, tidak hanya di wilayah sekitar Sadangmekar, tetapi juga ke daerah yang lebih jauh. Kehadiran UMKM di platform digital membuat informasi mengenai produk dan lokasi usaha lebih mudah diakses oleh konsumen, sehingga meningkatkan

visibilitas dan peluang penjualan. Selain itu, Google Maps berperan penting dalam mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha secara akurat, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya kunjungan langsung maupun pemesanan secara daring.

Dengan demikian, digitalisasi melalui pemanfaatan digital marketing dan Google Maps terbukti mampu mendukung peningkatan daya saing UMKM di Desa Sadangmekar, baik dalam aspek promosi, pemasaran, maupun pelayanan kepada konsumen. Program ini juga menunjukkan bahwa adaptasi teknologi menjadi langkah strategis dalam menghadapi tantangan era informasi dan persaingan pasar yang semakin ketat. Oleh karena itu, keberlanjutan penerapan teknologi digital di sektor UMKM sangat penting untuk terus dikembangkan sebagai upaya mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penelitian sekaligus penyusunan artikel ini. Melalui Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kelompok 10 Desa Sadangmekar Tahun 2025 juga mengucapkan terimakasih kepada LPPM UM Bandung, Dosen Pembimbing Lapangan, dan perangkat Desa Sadangmekar serta seluruh warga Sadangmekar yang telah membantu jalannya acara ini.

REFERENSI

- Yuwana, H. E., Mahsunah, E., Farin, A., Oktaviani, R. R., Kusuma, L. C., Rizky, M. F., ... & Rahmadani, A. F. (2025). Peranan Mahasiswa dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat untuk Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital. *Nusantara Community Empowerment Review*, 3 (1), 129-135.
- Pikal., Adinda., Monia., Olivia., Asmawati., Munandar., Agustian. (2024). Peran Mahasiswa Kkn-T Dalam Mengedukasi Digital Marketing Untuk Pengusaha Desa Lembak. *Communnity Development Journal*. 5 (4): 7902-7906
- Febriyanti, N. K. R., & Mahadewi, K. J. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Kopi di Desa Biaung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan dan Pendidikan (JPM-IKP)*, 6 (1), 1-5