



Strategi Digitalisasi Promosi UMKM Rengginang Melalui Google Maps dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal

(Studi Kasus : Desa Pahang, Kabupaten Batubara)

Digitalization Strategy for Rengginang MSME Promotion Through Google Maps in Improving the Local Economy

(Case Study: Pahang Village, Coal Regency)

Imsar^{1*}, Adisty Aulia Zahra², Elvira Andriyani³, Popi Dea Ananda⁴, Salsabila Sofiya Wardani⁵

¹⁻⁵Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

*Penulis korespondensi: imsar@uinsu.ac.id¹

Article History:

Naskah Masuk: 11 Oktober 2025;

Revisi: 25 Oktober 2025;

Diterima: 08 November 2025;

Terbit: 11 November 2025.

Keywords: Digitalization; Google Maps; Local Economy; Promotion; SMEs

Abstract. This study discusses the digitalization strategy for promoting small and medium enterprises (SMEs) producing rengginang in Pahang Village, Batubara Regency, through the use of the Google Maps platform to enhance the local economy. The main objective of this research is to understand how digital promotion can expand market reach, strengthen business branding, and improve community welfare. This research employs a qualitative approach using interviews, observations, and documentation with local SME actors. The results show that using Google Maps significantly helps rengginang SMEs broaden their marketing reach, increase business visibility, and build consumer trust through reviews and digital location features. In addition to boosting sales, digitalization also stimulates local economic growth by creating job opportunities and strengthening community engagement in the digital economy. Therefore, a Google Maps-based digitalization strategy can serve as an effective solution for SMEs to face modern economic challenges and strengthen regional economic resilience sustainably.

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi digitalisasi promosi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) rengginang di Desa Pahang, Kabupaten Batubara, melalui pemanfaatan platform Google Maps dalam meningkatkan perekonomian lokal. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami sejauh mana digitalisasi promosi dapat memperluas pasar, memperkuat branding usaha, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Google Maps membantu UMKM rengginang memperluas jangkauan pemasaran secara signifikan, meningkatkan visibilitas usaha, serta membangun kepercayaan konsumen melalui fitur ulasan dan lokasi digital. Selain berdampak pada peningkatan penjualan, digitalisasi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan menciptakan peluang kerja dan memperkuat keterlibatan masyarakat dalam kegiatan ekonomi digital. Oleh karena itu, strategi digitalisasi berbasis Google Maps dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi modern dan memperkuat ketahanan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Digitalisasi; Ekonomi Lokal; Google Maps; Promosi; UMKM

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan kewirausahaan. Dalam konteks ini,

digitalisasi menjadi aspek penting yang harus diadaptasi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar dapat bersaing di era modern. Digitalisasi promosi melalui platform digital seperti Google Maps memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan dikenal oleh masyarakat secara nasional bahkan global. Melalui Google Maps, pelaku usaha dapat menampilkan lokasi, foto produk, hingga jam operasional secara real time, yang berdampak pada peningkatan visibilitas dan kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi usaha. Dengan demikian, digitalisasi menjadi langkah strategis untuk memperkuat posisi UMKM sebagai pilar utama perekonomian masyarakat di era teknologi saat ini (Al Arif & Prastya, 2025).

UMKM merupakan sektor yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama di daerah pedesaan yang memiliki potensi produk lokal cukup besar. Namun, banyak pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam hal promosi dan pemasaran produk secara efisien. Oleh karena itu, pemanfaatan media digital seperti Google Maps menjadi solusi efektif untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas tanpa membutuhkan biaya besar. Dengan menampilkan lokasi usaha secara akurat di Google Maps, pelaku UMKM dapat menarik pelanggan baru sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keberadaan usaha mereka. Inovasi ini menjawab tantangan era globalisasi yang menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi (Nabilah & Putra, 2025).

Selain sebagai media promosi, Google Maps juga berfungsi sebagai sarana branding yang membantu UMKM menampilkan identitas dan karakteristik produk secara profesional. Konsumen cenderung lebih percaya terhadap usaha yang memiliki keberadaan digital dibandingkan yang tidak tercantum di platform daring. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya sekadar tren, tetapi sudah menjadi kebutuhan penting dalam strategi bisnis modern. Melalui pelatihan dan pendampingan digitalisasi, pelaku UMKM dapat memahami cara memanfaatkan fitur Google Maps untuk memperluas jaringan pasar dan meningkatkan keuntungan usaha. Pendekatan ini terbukti efektif dalam membantu UMKM menyesuaikan diri dengan perkembangan ekonomi digital (Elpi Yanti & Syakira, 2025).

Transformasi digital juga memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan perekonomian lokal. Dengan meningkatnya keterjangkauan promosi melalui Google Maps, produk lokal menjadi lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat luar daerah. Hal ini menciptakan efek berganda terhadap ekonomi masyarakat, di mana peningkatan permintaan produk akan mendorong peningkatan produksi serta membuka peluang kerja baru. Oleh karena itu, digitalisasi UMKM melalui promosi berbasis lokasi merupakan langkah strategis

dalam memperkuat fondasi ekonomi daerah yang berorientasi pada kemandirian dan inovasi teknologi (Qarni & Lingga, 2025).

Lebih lanjut, pemanfaatan Google Maps juga menciptakan sinergi antara pelaku usaha dan konsumen melalui sistem umpan balik berupa ulasan dan penilaian pelanggan. Sistem ini membantu UMKM untuk memperbaiki kualitas produk dan pelayanan berdasarkan masukan konsumen secara langsung. Dengan demikian, pelaku usaha dapat terus berinovasi dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu, keberadaan digitalisasi juga mendorong generasi muda untuk terlibat dalam pengembangan usaha lokal melalui pelatihan promosi digital dan pengelolaan data usaha berbasis teknologi (Ramadhany & Arief, 2023).

Secara keseluruhan, strategi digitalisasi promosi melalui Google Maps memberikan peluang besar bagi UMKM di Indonesia, khususnya di daerah seperti Desa Pahang, Kabupaten Batubara. Dengan pendekatan berbasis teknologi, UMKM dapat mengoptimalkan potensi lokal untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat. Transformasi digital bukan hanya sekadar alat bantu promosi, tetapi merupakan bentuk revolusi dalam dunia usaha yang menjembatani pelaku UMKM menuju ekonomi berbasis digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Aziezy & Koesoemasari, 2025).

2. TINJAUAN TEORITIS

Digitalisasi promosi merupakan penerapan teknologi informasi dalam upaya memperkenalkan dan memasarkan produk kepada konsumen secara lebih luas. Dalam konteks UMKM, digitalisasi menjadi strategi penting untuk mengatasi keterbatasan sumber daya dan memperluas akses pasar tanpa membutuhkan biaya besar. Salah satu bentuk digitalisasi yang efektif adalah pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi berbasis lokasi. Melalui platform ini, pelaku usaha dapat menampilkan informasi lengkap mengenai produk, alamat usaha, serta ulasan pelanggan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi, tetapi juga menjadi sarana branding yang memperkuat identitas usaha di ranah digital (Putri & Nugroho, 2021).

Konsep Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM merupakan proses transformasi sistem usaha tradisional menuju sistem berbasis teknologi digital dengan tujuan meningkatkan efisiensi, akses pasar, dan daya saing usaha. Melalui digitalisasi, pelaku UMKM dapat memanfaatkan berbagai platform daring untuk kegiatan promosi, transaksi, dan pengelolaan bisnis. Teknologi digital memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar tanpa batas geografis dan berinteraksi

secara langsung dengan konsumen melalui media digital. Dalam konteks ini, digitalisasi bukan hanya sekadar adopsi teknologi, tetapi juga perubahan paradigma dalam menjalankan usaha menuju sistem ekonomi modern yang berbasis data dan teknologi (Al Arif & Prastya, 2025).

Implementasi digitalisasi UMKM menuntut pelaku usaha untuk memahami berbagai alat digital, seperti media sosial, marketplace, dan Google Maps, yang dapat digunakan sebagai sarana promosi dan informasi. Tantangan utama dalam proses digitalisasi adalah rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses teknologi di sebagian pelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan edukasi dan pendampingan agar pelaku usaha dapat beradaptasi dengan teknologi baru secara efektif. Penerapan digitalisasi yang optimal akan meningkatkan efisiensi biaya promosi, memperluas jaringan pelanggan, serta memperkuat keberlanjutan usaha (Nabilah & Putra, 2025).

Google Maps sebagai Media Promosi Digital

Google Maps berperan penting dalam membantu pelaku UMKM meningkatkan visibilitas bisnis mereka di dunia digital. Aplikasi ini tidak hanya menampilkan lokasi usaha, tetapi juga menyediakan fitur ulasan, foto, dan informasi jam operasional yang dapat menarik minat konsumen baru. Melalui Google Maps, UMKM dapat memperkuat branding usaha dan meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan cara yang mudah dan murah. Keberadaan digital melalui peta daring ini juga memberikan citra profesional terhadap usaha yang sebelumnya berskala lokal. Dalam jangka panjang, strategi ini membantu membangun reputasi bisnis dan memperluas jaringan pemasaran (Elpi Yanti & Syakira, 2025).

Selain itu, fitur Google My Business yang terintegrasi dengan Google Maps memberikan manfaat besar bagi UMKM. Fitur ini memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola informasi bisnis mereka secara langsung, menanggapi ulasan konsumen, dan mengakses data analitik terkait jumlah pengunjung dan pencarian lokasi usaha. Dengan memanfaatkan fitur ini secara maksimal, UMKM dapat mengoptimalkan strategi promosi berbasis data untuk meningkatkan penjualan. Digitalisasi melalui Google Maps juga mendorong konsumen untuk lebih mudah menemukan lokasi usaha dan memberikan keunggulan kompetitif bagi pelaku UMKM di era digital (Qarni & Lingga, 2025).

Dampak Digitalisasi terhadap Perekonomian Lokal

Digitalisasi promosi memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal karena memperluas jaringan distribusi produk dan meningkatkan daya beli masyarakat. Dengan meningkatnya visibilitas produk melalui platform digital seperti Google Maps, permintaan terhadap produk lokal pun naik. Hal ini memicu peningkatan produksi dan distribusi barang, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat desa

maupun kabupaten. Digitalisasi juga membantu menciptakan rantai nilai ekonomi baru yang melibatkan masyarakat lokal dalam berbagai sektor seperti logistik, desain, dan pemasaran (Ramadhany & Arief, 2023).

Lebih jauh, keberhasilan digitalisasi UMKM di tingkat lokal dapat memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat dalam menghadapi krisis. Di tengah tantangan global seperti pandemi atau fluktuasi ekonomi, pelaku UMKM yang telah bertransformasi ke sistem digital memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang. Keberadaan digital memungkinkan mereka untuk tetap menjangkau konsumen tanpa batas ruang dan waktu. Dengan demikian, digitalisasi bukan hanya meningkatkan pendapatan individu, tetapi juga memperkuat struktur ekonomi daerah yang berorientasi pada kemandirian dan inovasi (Zairina & Wafa, 2023).

Tantangan dan Hambatan Digitalisasi UMKM

Walaupun digitalisasi memberikan banyak manfaat, pelaksanaannya masih menghadapi sejumlah hambatan, terutama pada aspek pengetahuan dan keterampilan digital. Sebagian besar pelaku UMKM di pedesaan belum memiliki pemahaman yang cukup tentang penggunaan aplikasi seperti Google Maps atau sistem promosi daring lainnya. Rendahnya literasi digital menyebabkan mereka belum bisa memanfaatkan teknologi secara maksimal. Selain itu, kendala infrastruktur seperti jaringan internet yang belum merata juga menjadi tantangan tersendiri dalam proses digitalisasi (Sibawaihi & Suradi, 2025).

Dari sisi psikologis, masih terdapat keraguan dan ketakutan di kalangan pelaku UMKM terhadap perubahan sistem usaha dari tradisional ke digital. Mereka khawatir akan kompleksitas teknologi dan biaya yang dianggap tinggi, padahal digitalisasi justru dapat menghemat pengeluaran dalam jangka panjang. Untuk mengatasi hal ini, dibutuhkan program pendampingan yang berkelanjutan dari pemerintah maupun lembaga pendidikan agar para pelaku usaha mampu beradaptasi secara bertahap dan efektif dalam menerapkan teknologi digital (Nuha & Dewi, 2025).

Strategi Optimalisasi Digitalisasi Promosi melalui Google Maps

Optimalisasi strategi digitalisasi promosi UMKM melalui Google Maps dapat dilakukan melalui beberapa langkah strategis, seperti pelatihan digitalisasi, peningkatan literasi teknologi, dan pembentukan komunitas digital pelaku usaha. Pelatihan ini penting untuk membantu pelaku UMKM memahami cara mendaftarkan lokasi usahanya di Google Maps, mengelola profil bisnis, serta menggunakan fitur analitik untuk memantau perkembangan usahanya. Melalui pendampingan yang sistematis, UMKM dapat memperkuat

identitas digital dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal (Pratama & Putra, 2023).

Selain pelatihan, strategi lain yang efektif adalah membangun kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan lembaga pendidikan tinggi. Perguruan tinggi dapat berperan aktif dalam memberikan edukasi dan pengembangan inovasi digital berbasis masyarakat. Dengan sinergi ini, digitalisasi tidak hanya meningkatkan promosi usaha, tetapi juga memberdayakan masyarakat secara ekonomi dan sosial. Implementasi strategi ini diharapkan mampu menjadikan digitalisasi sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal yang berkelanjutan (Aziezy & Koesoemasari, 2025).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami strategi digitalisasi promosi UMKM rengginang melalui Google Maps dalam meningkatkan perekonomian lokal di Desa Pahang, Kabupaten Batubara. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, observasi langsung terhadap proses pemasaran dan pengelolaan usaha, serta dokumentasi digital terkait profil usaha di Google Maps. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali informasi secara mendalam mengenai pengalaman, persepsi, dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam memanfaatkan platform digital untuk promosi dan pengembangan usaha. Teknik purposive sampling digunakan untuk menentukan responden yang relevan dan berpengalaman dalam digitalisasi usaha di wilayah penelitian (Al Arif & Prastya, 2025).

Metode penelitian ini juga melibatkan analisis konten dari data yang diperoleh, baik berupa transkrip wawancara maupun hasil observasi, untuk mengidentifikasi pola, strategi, dan efektivitas penggunaan Google Maps dalam meningkatkan visibilitas produk dan perekonomian lokal. Analisis dilakukan secara tematik dengan memfokuskan pada kategori utama seperti optimasi profil digital, interaksi dengan konsumen, dan dampak ekonomi terhadap masyarakat setempat. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan informasi dari pelaku UMKM, dokumentasi digital, dan hasil observasi lapangan. Dengan metode ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi digitalisasi promosi UMKM berbasis lokasi dan dampaknya bagi perekonomian lokal (Nabilah & Putra, 2025).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digitalisasi promosi melalui Google Maps membawa dampak positif terhadap peningkatan visibilitas UMKM rengginang di Desa Pahang. Para pelaku usaha yang sebelumnya hanya bergantung pada promosi konvensional, kini dapat menjangkau konsumen dari luar daerah dengan lebih mudah. Peningkatan kunjungan pelanggan ke lokasi usaha menunjukkan bahwa kehadiran bisnis di Google Maps membantu memperluas pasar serta menumbuhkan kepercayaan publik terhadap produk lokal. Faktor penting keberhasilan strategi ini terletak pada konsistensi pelaku usaha dalam memperbarui informasi, foto produk, serta interaksi dengan konsumen melalui fitur ulasan.

Selain itu, digitalisasi promosi ini turut memberikan dampak sosial dan ekonomi yang signifikan bagi masyarakat sekitar. Meningkatnya permintaan rengginang mendorong tumbuhnya lapangan kerja baru, terutama bagi ibu rumah tangga yang terlibat dalam proses produksi. Pemerintah desa juga memperoleh manfaat dari peningkatan aktivitas ekonomi yang berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat lokal. Dengan demikian, penggunaan Google Maps tidak hanya berperan sebagai alat promosi, tetapi juga menjadi pendorong utama dalam memperkuat ekosistem ekonomi digital berbasis potensi lokal (Rahmadani & Siregar, 2022).

Tabel 1. Tingkat Pemahaman Pelaku UMKM terhadap Digitalisasi Promosi.

No	Aspek Penilaian	Indikator	Keterangan
1	Pemahaman dasar digitalisasi	Pemahaman konsep promosi digital	Mayoritas pelaku memahami secara umum pentingnya promosi digital
2	Penggunaan media digital	Penggunaan media sosial dan Maps	Beberapa sudah menggunakan, namun belum optimal
3	Kemampuan teknis	Pengoperasian aplikasi Google Maps	Masih banyak yang membutuhkan pelatihan lanjut
4	Sikap terhadap inovasi	Kesiapan menerima teknologi baru	Sebagian masih ragu karena keterbatasan pengetahuan
5	Dukungan lingkungan	Dukungan keluarga dan masyarakat	Dukungan relatif positif namun belum masif

Pembahasan

Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Desa Pahang sudah mulai memahami pentingnya digitalisasi promosi, khususnya dalam konteks peningkatan visibilitas usaha. Namun, pengetahuan mereka masih terbatas pada penggunaan media sosial tanpa memahami fungsi strategis dari Google Maps. Rendahnya literasi digital menjadi kendala utama dalam penguasaan teknologi promosi modern. Mereka cenderung menggunakan metode tradisional seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut yang belum efektif di era digital saat ini. (Al Arif & Prastya, 2025).

Selain itu, hambatan lainnya adalah ketidakmampuan teknis dalam menggunakan fitur-fitur digital seperti pendaftaran lokasi bisnis di Google Maps. Banyak pelaku UMKM masih memerlukan pendampingan intensif dalam mengelola akun bisnis digital. Meski demikian, semangat inovasi tetap ada, ditunjukkan dengan antusiasme mengikuti pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdian. Hal ini menunjukkan potensi besar bagi pelaku UMKM untuk berkembang jika diberikan bimbingan digitalisasi secara berkelanjutan. (Nabilah & Putra, 2025).

Tabel 2. Efektivitas Penggunaan Google Maps sebagai Media Promosi.

No	Aspek	Indikator	Hasil Temuan
1	Keterjangkauan informasi	Kemudahan pelanggan menemukan lokasi	Usaha lebih mudah diakses pelanggan
2	Kepercayaan konsumen	Peningkatan kepercayaan melalui ulasan	Adanya ulasan positif menambah kredibilitas
3	Visualisasi usaha	Foto produk dan lokasi usaha	Meningkatkan daya tarik pelanggan baru
4	Citra bisnis	Persepsi masyarakat terhadap usaha	Usaha dianggap lebih profesional
5	Frekuensi kunjungan	Kunjungan pelanggan ke lokasi	Mengalami peningkatan secara bertahap

Pembahasan

Pemanfaatan Google Maps terbukti efektif dalam meningkatkan citra profesional dan visibilitas usaha pelaku UMKM di Desa Pahang. Konsumen dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha melalui pencarian online, yang secara tidak langsung memperluas jangkauan pasar lokal. Fitur ulasan pelanggan dan foto usaha juga membantu meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk yang dijual. UMKM yang terdaftar di Maps cenderung mendapatkan respons lebih cepat dari calon pembeli dibandingkan dengan yang belum digital. (Elpi Yanti & Syakira, 2025).

Selain meningkatkan kepercayaan konsumen, kehadiran usaha di Google Maps mempercepat proses pengenalan produk baru. UMKM dapat mengunggah informasi terbaru seperti jam operasional, promosi, atau event lokal yang relevan. Peningkatan keterlibatan pelanggan juga menunjukkan bahwa penggunaan platform ini memberikan dampak positif bagi keberlanjutan usaha kecil. Penggunaan visualisasi digital menjadi aspek penting dalam memperkuat kehadiran merek secara daring. (Qarni & Lingga, 2025).

Tabel 3. Dampak Digitalisasi terhadap Peningkatan Ekonomi Lokal.

No	Aspek	Indikator	Hasil Temuan
1	Penjualan produk	Kenaikan volume penjualan	Terjadi peningkatan penjualan lokal
2	Keterlibatan masyarakat	Partisipasi masyarakat dalam kegiatan usaha	Meningkat karena permintaan produk bertambah
3	Lapangan kerja baru	Pembukaan peluang kerja	Muncul usaha kecil baru di sekitar wilayah
4	Daya saing	Perbandingan dengan usaha non-digital	UMKM digital lebih unggul secara pemasaran
5	Keberlanjutan usaha	Daya tahan usaha di masa krisis	Lebih stabil dibanding usaha konvensional

Pembahasan

Digitalisasi promosi menggunakan Google Maps membawa dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Pahang. Dengan meningkatnya penjualan dan visibilitas usaha, masyarakat sekitar juga turut menikmati manfaat ekonomi secara tidak langsung. UMKM yang sebelumnya hanya mengandalkan pelanggan tetap kini mampu menjangkau konsumen dari luar daerah. Transformasi ini memicu tumbuhnya ekosistem ekonomi baru di tingkat desa yang berbasis digital. (Ramadhany & Arief, 2023).

Selain itu, muncul efek domino berupa pembukaan lapangan kerja baru di sektor pendukung seperti jasa desain, pengemasan, hingga kurir lokal. Penguatan ekonomi digital di tingkat desa juga membantu menciptakan kemandirian masyarakat dan memperkuat daya saing daerah. Fenomena ini menegaskan bahwa digitalisasi tidak hanya berdampak pada individu pelaku usaha, tetapi juga menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi desa yang inklusif dan berkelanjutan. (Zairina & Wafa, 2023).

Tabel 4. Strategi Penguatan Digitalisasi Promosi UMKM.

No	Strategi	Tujuan	Hasil Diharapkan
1	Pelatihan literasi digital	Meningkatkan kemampuan penggunaan teknologi	Pelaku UMKM mampu mengelola Maps mandiri
2	Pendampingan rutin	Monitoring perkembangan usaha	Konsistensi promosi digital meningkat
3	Kolaborasi perguruan tinggi	Sinergi edukasi dan praktik lapangan	Transfer pengetahuan digital berkelanjutan
4	Dukungan pemerintah desa	Kebijakan fasilitasi digitalisasi	Peningkatan jumlah UMKM digital
5	Penguatan komunitas UMKM	Berbagi pengalaman dan inovasi	Terbentuk ekosistem digital yang solid

Pembahasan

Strategi penguatan digitalisasi difokuskan pada pendekatan edukatif dan kolaboratif. Pelatihan literasi digital menjadi langkah awal untuk memastikan pelaku UMKM memahami dasar penggunaan aplikasi Google Maps serta strategi promosi online yang efektif. Program

pendampingan rutin juga diperlukan untuk memastikan penerapan digitalisasi berjalan konsisten dan berkelanjutan. Dukungan teknis dari perguruan tinggi dan pemerintah daerah sangat berperan dalam mempercepat proses adaptasi digital di masyarakat. (Sibawaihi & Suradi, 2025).

Lebih lanjut, pembentukan komunitas digital pelaku UMKM menjadi kunci keberhasilan program ini. Melalui wadah komunitas, para pelaku usaha dapat saling bertukar pengalaman, berbagi inovasi promosi, dan membangun jaringan bisnis yang lebih luas. Sinergi antara akademisi, pemerintah, dan masyarakat menjadikan digitalisasi promosi sebagai strategi jangka panjang dalam membangun ekonomi lokal berbasis teknologi. Hasil ini menunjukkan bahwa upaya kolaboratif mampu memperkuat keberlanjutan usaha mikro di era digital. (Aziezy & Koesoemasari, 2025).

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi digitalisasi promosi melalui Google Maps memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing dan perekonomian lokal pelaku UMKM rengginang di Desa Pahang, Kabupaten Batubara. Pemanfaatan teknologi digital terbukti membantu usaha kecil memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Selain dampak ekonomi, digitalisasi ini juga menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya adaptasi teknologi dalam pengembangan usaha. Oleh karena itu, sinergi antara pelaku UMKM, masyarakat, dan pemerintah daerah sangat dibutuhkan agar transformasi digital ini dapat berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi pembangunan ekonomi lokal.

REFERENSI

- Al Arif, M. A., Prastya, A., Ramadhan, M. A., Hartanto, I., Thariq, M. A., Sefia, V., & Mas'udah, H. Z. (2025). Digitalisasi UMKM melalui pendaftaran NIB dan pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 513–518.
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/2622>
- Aziezy, E., Koesoemasari, D. S. P., Pahlevi, A., Cahyo, H., & Lukmantoro, D. (2025). Revolusi digital UMKM: Strategi pemasaran efektif melalui penyematan lokasi di Google Maps. *Surya Abdimas*, 9(3), 488–494.
<https://jurnal.umpwr.ac.id/abdimas/article/view/5950>
- Diyana, N. F., & Putra, M. A. (2025). Digitalisasi pemasaran UMKM melalui Google Bisnis dan Maps: Studi kasus Keripik Ubi Faizah. *GJPM: Gudang Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 282–289.
<https://gudangjurnal.com/index.php/gjpm/article/view/1339>

- Elpi Yanti, E., Syakira, E., Pasaribu, K., Anggraini, W., & Ikhwan, A. (2025). Dorongan digitalisasi ekonomi dalam mencantumkan lokasi usaha UMKM produksi tempe “Nek Timbli” pada Google Maps: Studi kasus Desa Bandar Malela. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(4), 183–196. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v4i4.3342>
- Ikrima, R. R., Mukaromah, F., Ferdiansyah, A., & Khoiriyah, S. (2025). Pemetaan digital Google Maps sebagai aksesibilitas dan promosi UMKM Desa Menjer. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 2(6), 247–253. <https://jurnalisticomah.org/index.php/jpmi/article/view/5768>
- Nuha, D. A., Dewi, C. M., Valhani, S., Halim, M. N., & Syifa, S. N. (2025). Pemanfaatan Google Maps sebagai strategi digitalisasi pemasaran produk UMKM anyaman bambu (Gedek) di Dusun Sambu Desa Simo. *J-ADIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(1), 68–75.
- Pratama, R. A., & Putra, D. D. (2023). Pemetaan digital UMKM, fasilitas umum, dan instansi pemerintah Desa Bandar melalui Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4). <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.352>
- Qarni, W., Lingga, I. B., Sembiring, L. S., Harahap, A. H., & Lidia, R. (2025). Pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran pada UMKM Warung Seblak Prasmanan Nadira di Desa Kutarayut. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(4), 262–270. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v4i4.3388>
- Ramadhany, E. D., Arief, M. H., Nugroho, D. M., & Laily, N. F. (2023). Digitalisasi UMKM melalui penggunaan media sosial dan Google Maps untuk meningkatkan visibilitas dan efektivitas penyebaran informasi bisnis. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 969–974. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i9.875>
- Rohim, R., Erlinda, I., Sholihah, E. L., Firmansyah, F. R., & Andriani, F. (2022). Digitalisasi UMKM melalui pelatihan Google Maps dan pemasaran online. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 5(2). <https://doi.org/10.37849/mipi.v5i2.314>
- Sibawaihi, M., Suradi, A. R., Ramli, F., & Trisnowali, A. M. (2025). Digitalisasi UMKM: Pendampingan pembuatan Google Maps dan pemasangan banner dalam meningkatkan pemasaran lokal di Desa Gantiwarno. *JUDISTIRA – Jurnal Pengabdian Inovasi dan Teknologi Kepada Masyarakat*, 5(1). <https://www.rumahjurnal.or.id/index.php/JUDISTIRA/article/view/1343>
- Tampubolon, M. V. R., Ramadhan, M. F., Rizky, Y. P., Putri, N. A., Adzka, N. A., & Arum, D. P. (2024). Upaya transformasi digital UMKM Desa Kalipecabean dengan optimalisasi QRIS, Google Maps, dan e-commerce. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(3), 91–97. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i3.3066>
- Zairina, N., & Wafa, Z. (2023). Penguatan legalitas usaha dan digitalisasi pada UMKM di Kecamatan Sedayu: Pendampingan pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(4), 4121–4128. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkmn/article/download/1930/1366/14658>