



Integrasi Pendidikan Digital dan Ekonomi Kreatif melalui Program Digitalisasi Pendaftaran Lokasi Usaha di Google Maps yang Berada di Desa Timbang Lawan

Integration of Digital Education and Creative Economy through the Digitalization Program for Business Location Registration on Google Maps in Timbang Lawan Village

Pandi Ahmad Jawara^{1*}, Apriani Syahputri², Afriani³, Dion Wirayuda Bahri⁴, Ilka Zufria⁵

¹⁻⁵Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Korespondensi penulis: pandiahmadjawara@gmail.com

Article History:

Naskah Masuk: 15 Agustus 2025;

Revisi: 30 Agustus 2025;

Diterima: 28 September 2025;

Tersedia: 30 September 2025.

Keywords: Digital Education, Creative Economy, Business Digitalization, Google Maps, Community Empowermen

Abstract. This study aims to analyze the implementation of the digitalization program for business location registration on Google Maps as a form of digital education integration and strengthening the creative economy in Timbang Lawan Village. The background of this research departs from the low public understanding of the use of digital technology for local business development, which has an impact on the limited market reach, promotion, and competitiveness of MSMEs. The method used in community service is Participatory Action Research (PAR). The PAR method was chosen because it emphasizes active collaboration between researchers and the community so that the resulting solutions are more in line with local needs and can be applied sustainably. The results of the activity show that there is an increase in digital literacy among business actors, especially in the use of digital maps for promotion. Based on documentation, observations, and interviews, a number of MSMEs have successfully registered their business locations on Google Maps, verified by Google, and have begun to receive benefits in the form of increased business visibility, customer numbers, and opportunities for product development and wider business networks at the regional level.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi program digitalisasi pendaftaran lokasi usaha di Google Maps sebagai bentuk integrasi pendidikan digital dan penguatan ekonomi kreatif di Desa Timbang Lawan. Latar belakang penelitian ini berangkat dari rendahnya pemahaman masyarakat mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha lokal, yang berdampak pada keterbatasan jangkauan pasar, promosi, dan daya saing UMKM. Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat adalah Participatory Action Research (PAR). Metode PAR dipilih karena menekankan kolaborasi aktif antara peneliti dan masyarakat sehingga solusi yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan lokal dan dapat diterapkan secara berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan literasi digital di kalangan pelaku usaha, khususnya dalam penggunaan peta digital untuk promosi. Berdasarkan dokumentasi, observasi, dan wawancara, sejumlah UMKM berhasil mendaftarkan lokasi usahanya di Google Maps, diverifikasi oleh pihak Google, dan mulai menerima manfaat berupa peningkatan visibilitas usaha, jumlah pelanggan, serta peluang pengembangan produk dan jejaring bisnis yang lebih luas di tingkat regional.

Kata kunci: Pendidikan Digital, Ekonomi Kreatif, Digitalisasi Usaha, Google Maps, Pemberdayaan Masyarakat

1. LATAR BELAKANG

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah program pendidikan yang menggabungkan teori dan praktik. Melalui kegiatan ini, mahasiswa didorong untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari secara langsung di tengah masyarakat. KKN menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengasah kemampuan dalam menghadapi dan menyelesaikan permasalahan nyata. Selain itu,

kegiatan ini juga membantu mahasiswa mengembangkan soft skills seperti komunikasi, kerja sama, dan kepemimpinan. Program KKN bertujuan mempererat hubungan antara perguruan tinggi dan masyarakat, sekaligus mendorong mahasiswa agar berperan sebagai agen perubahan positif di lingkungannya (Laia, 2022). Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan dan perekonomian masyarakat. Pemanfaatan teknologi digital kini menjadi kunci utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, terutama di tingkat desa. Namun, masih banyak pelaku usaha mikro dan kecil yang belum memahami pentingnya digitalisasi sebagai sarana promosi dan perluasan pasar. Desa Timbang Lawan merupakan salah satu desa yang memiliki potensi wisata yang dengan pesona Sungai, gunung, dan hutannya yang menjadi daya tarik wisatawan luar untuk berkunjung, maka dari potensi desa tersebut harus kita manfaatkan potensi wisatanya dengan ekonomi kreatif yang cukup tinggi, namun masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan potensi tersebut. Salah satu bentuk inovasi yang dapat dilakukan adalah melalui program digitalisasi pendaftaran lokasi usaha di Google Maps agar pelaku usaha dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka di era digital.

Meskipun teknologi digital telah merambah ke berbagai sektor, tingkat literasi digital masyarakat Desa Timbang Lawan masih tergolong rendah. Banyak pelaku usaha yang belum memahami cara mendaftarkan lokasi usahanya secara daring, sehingga usaha mereka sulit ditemukan oleh konsumen di luar wilayah setempat. Kurangnya pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi menjadi kendala utama yang menyebabkan keterbatasan akses pasar dan stagnasi perkembangan ekonomi kreatif. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi desa dengan kemampuan masyarakat dalam mengintegrasikan teknologi digital untuk mendukung pertumbuhan usaha lokal. Salah satu cara untuk memperoleh informasi secara cepat adalah melalui media internet. Informasi tersebut dapat mencakup berbagai hal, termasuk potensi suatu daerah seperti lokasi usaha. Perkembangan teknologi di bidang geomatika juga semakin pesat, salah satunya dengan hadirnya aplikasi Sistem Informasi Geografis (SIG) seperti Google Maps. Pembuatan sistem informasi geografis berbasis web (WebGIS) menjadi metode yang efektif untuk menyajikan informasi mengenai lokasi usaha sekaligus berfungsi sebagai sarana promosi, karena mudah diakses oleh masyarakat (Nakhwah & Ramdhani, 2024).

Saat ini, Google Maps menjadi aplikasi peta digital yang paling populer karena menyediakan berbagai fitur yang memudahkan pengguna untuk menandai lokasi secara akurat dan menyimpan rute favorit. Aplikasi ini dirancang dengan antarmuka yang sederhana dan

intuitif, sehingga tampilannya bersih dan mudah dipahami (Puspasari et al., 2025). Dengan mencantumkan informasi lokasi usaha masyarakat di Google Maps, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar terutama bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke desa timbang lawan. Fakta ini diperkuat oleh penelitian BrightLocal (2022) yang mengungkapkan bahwa 87% konsumen meninjau ulasan online terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk atau menggunakan layanan suatu bisnis (Nuzula et al., 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan integrasi pendidikan digital dan ekonomi kreatif melalui program digitalisasi pendaftaran lokasi usaha di Google Maps di Desa Timbang Lawan. Program ini diharapkan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan literasi digital masyarakat, memperluas akses promosi dan pemasaran, serta mendorong kemandirian ekonomi berbasis teknologi. Dengan adanya pendampingan dan pelatihan yang terstruktur, diharapkan masyarakat mampu memanfaatkan teknologi secara optimal untuk mengembangkan usaha lokal dan memperkuat daya saing ekonomi desa di era digital

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam program pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR), yaitu pendekatan penelitian yang melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahap proses penelitian, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Metode PAR dipilih karena menekankan pada kolaborasi antara peneliti dan masyarakat, sehingga solusi yang dihasilkan dapat sesuai dengan kebutuhan lokal. Dengan metode PAR, masyarakat tidak hanya menjadi objek penelitian, tetapi juga menjadi subjek utama yang secara langsung berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Pendekatan ini diyakini dapat menghasilkan perubahan nyata dan keberlanjutan program karena masyarakat memiliki rasa kepemilikan terhadap hasil yang dicapai (Zunaidi, 2024).

Tahap pertama adalah identifikasi masalah, yang dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara dengan pelaku usaha, dan diskusi dengan perangkat desa untuk menggali kondisi literasi digital masyarakat serta kendala yang mereka hadapi. Dari proses ini ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih minim pemahaman tentang cara memanfaatkan platform digital sebagai media promosi, khususnya dalam hal pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. Data hasil identifikasi masalah menjadi dasar untuk merancang program pelatihan yang tepat sasaran sesuai kebutuhan masyarakat setempat.

Tahap kedua adalah pelaksanaan digitalisasi lokasi usaha di Google Maps. Pada fase ini, tim pengabdian masyarakat mendampingi pemilik usaha dalam membuat dan mengelola profil bisnis di platform tersebut. Kegiatan ini meliputi pembuatan akun mulai dari pengisian data penting seperti alamat, kontak, jam operasional, serta unggahan foto produk dan lokasi usaha. Selain itu, para pelaku usaha juga diberikan edukasi mengenai cara memperbarui informasi bisnis dan strategi untuk memperoleh ulasan positif dari pelanggan guna meningkatkan kredibilitas usaha mereka di ranah digital. Langkah ini dianggap penting karena penelitian (Fauzan Abdillah & Pramesti, 2024) menunjukkan bahwa keberadaan UMKM di Google Maps mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan hingga 60%, sebab pelanggan dapat memperoleh informasi yang jelas mengenai lokasi dan profil usaha sebelum melakukan kunjungan.

Tahap akhir adalah evaluasi dan pendampingan berkelanjutan. Setelah lokasi usaha berhasil terdaftar di Google Maps, dilakukan pemantauan terhadap perkembangan jumlah kunjungan serta interaksi pelanggan pada profil bisnis yang telah dibuat. Tim pengabdian masyarakat juga memberikan dukungan apabila pemilik usaha menghadapi kendala dalam mengelola akun Google Bisnisku. Selain itu, diadakan diskusi untuk menilai efektivitas strategi yang diterapkan dan merumuskan rencana tindak lanjut agar pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran Lokasi usaha dapat terus berlanjut. Dengan demikian, program ini tidak hanya menawarkan solusi sementara, tetapi juga memperkuat kemampuan pemilik usaha dalam mengelola bisnis secara digital di masa mendatang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Integrasi Pendidikan Digital dan Ekonomi Kreatif melalui Digitalisasi Pendaftaran Lokasi Usaha di Google Maps yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN UINSU di Desa Timbang Lawan menunjukkan hasil yang positif dan memberikan dampak signifikan bagi masyarakat. Sebelum pelaksanaan program, mayoritas pelaku usaha di desa ini belum memahami pentingnya digitalisasi lokasi usaha sebagai sarana promosi. Banyak pelaku UMKM yang hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan konsumen terbatas pada wilayah sekitar. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Harto et al., 2019), yang mengungkapkan bahwa UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital cenderung kesulitan menjangkau pelanggan dan mengalami pertumbuhan usaha yang lebih lambat dibandingkan dengan UMKM yang telah bertransformasi ke ranah digital. Setelah pelaksanaan kegiatan, masyarakat mulai menyadari bahwa Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi penunjuk arah, tetapi juga sebagai

platform strategis untuk meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas akses pemasaran produk.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan literasi digital di kalangan pelaku usaha yang berada di Desa Timbang Lawan. Berdasarkan dokumentasi dan wawancara, sejumlah UMKM berhasil mendaftarkan lokasi usahanya ke Google Maps dan telah diverifikasi oleh pihak Google. Usaha-usaha tersebut meliputi warung makan, toko kelontong, usaha kerajinan, hingga jasa layanan masyarakat. Dengan terdaptarnya usaha-usaha tersebut, konsumen dari luar desa dapat dengan mudah menemukan lokasi melalui pencarian daring. Selain itu, pelaku usaha juga dapat memanfaatkan fitur tambahan seperti foto, deskripsi produk, jam operasional, dan ulasan pelanggan untuk meningkatkan daya tarik usaha. Perubahan ini secara langsung berdampak pada meningkatnya kunjungan pembeli dan perluasan jaringan pemasaran.



Gambar 1. Tim Pengabdian Masyarakat Melakukan Sosialisasi.

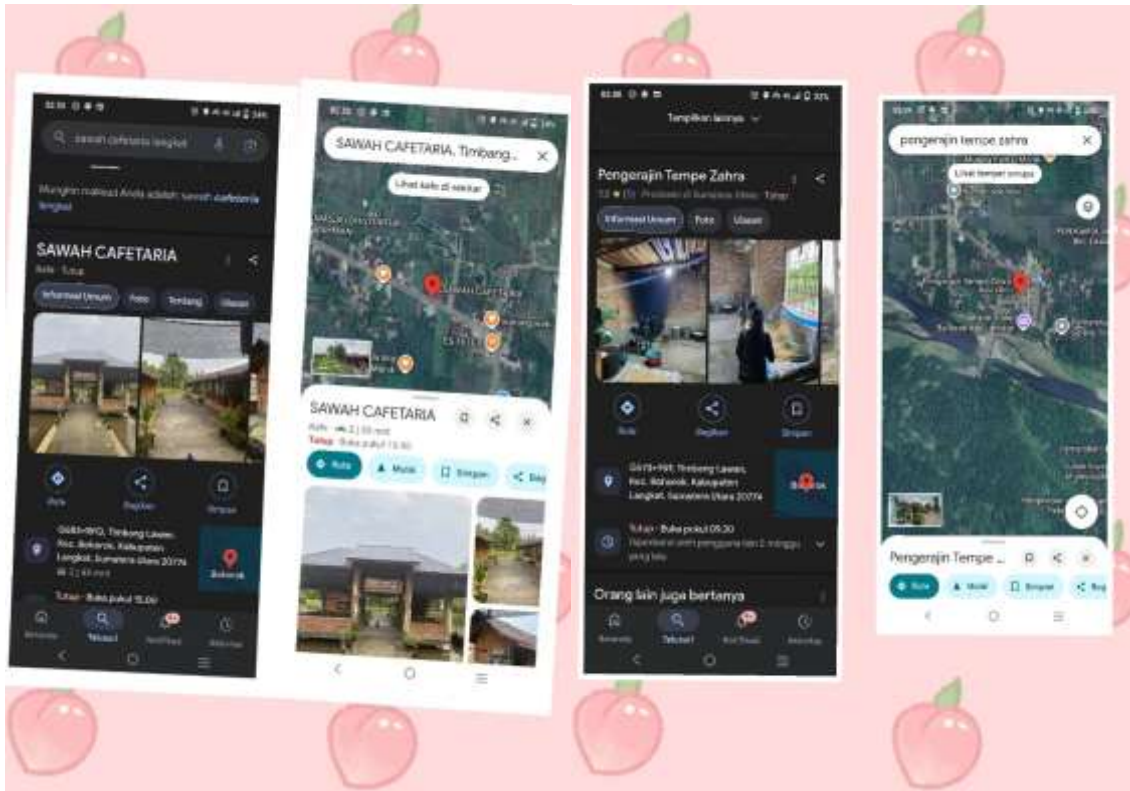
Dalam proses pelaksanaan program digitalisasi pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, mahasiswa KKN UINSU menerapkan langkah-langkah sistematis untuk membantu masyarakat. Pertama, dilakukan sosialisasi dan edukasi digital agar pelaku usaha memahami manfaat digitalisasi usaha serta cara kerja platform Google Maps, termasuk Google Business Profile (dulu Google My Business). Mahasiswa memberikan materi mengenai pentingnya jejak digital untuk promosi usaha dan mengenalkan fitur-fitur utama. Selanjutnya, pendampingan teknis dilakukan mulai dari pembuatan akun Google hingga pengisian profil usaha secara lengkap, termasuk nama bisnis, kategori usaha, alamat, jam operasional, nomor telepon, dan tautan media sosial bila tersedia. Hal ini penting agar konsumen dapat menemukan lokasi secara akurat dan meningkatkan keterlibatan pelanggan, sebagaimana dijelaskan oleh Chaffey (2019) bahwa informasi bisnis yang lengkap dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan hingga 70%.

Langkah kedua adalah pendampingan teknis pembuatan akun Google dan pengisian profil usaha. Mahasiswa membantu pelaku usaha membuat akun Gmail sebagai syarat pendaftaran di Google Maps. Setelah akun dibuat, mahasiswa memandu peserta untuk mengakses laman Google Business Profile dan mengisi data usaha seperti nama bisnis, kategori usaha, alamat lengkap, jam operasional, nomor telepon, dan tautan media sosial bila tersedia. Data ini harus diisi dengan benar agar memudahkan konsumen menemukan lokasi dengan akurat. Berdasarkan riset Chaffey (2019), informasi bisnis yang disajikan secara lengkap di Google Maps dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan hingga 70%, karena merekam memperoleh data yang diperlukan sebelum mendatangi lokasi usaha.

Langkah ketiga adalah penentuan lokasi di peta dan proses verifikasi. Mahasiswa membantu pelaku usaha menandai titik koordinat lokasi secara tepat menggunakan fitur “Pin Location” di Google Maps. Setelah itu, proses verifikasi dilakukan melalui metode yang disediakan oleh Google, seperti pengiriman kode verifikasi ke email atau surat pos. Mahasiswa memastikan setiap pelaku usaha memahami proses ini hingga status bisnis mereka dinyatakan aktif di Google Maps.

Langkah keempat adalah pengoptimalan profil usaha. Setelah terdaftar, mahasiswa mengajarkan cara menambahkan foto usaha, menu produk, dan deskripsi singkat yang menarik agar profil usaha terlihat lebih profesional. Selain itu, mahasiswa juga memberikan pelatihan singkat mengenai cara merespons ulasan pelanggan untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan rating usaha di Google Maps. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan (Fitriyah et al., 2024), yang menyatakan bahwa penyajian visual produk yang menarik mampu meningkatkan minat beli konsumen hingga 50%.

Langkah berikutnya meliputi penentuan lokasi usaha di peta dan proses verifikasi, yang dilakukan melalui fitur “Pin Location” dan metode verifikasi Google. Mahasiswa memastikan setiap pelaku usaha memahami proses ini hingga status bisnis aktif di Google Maps. Selanjutnya, dilakukan pengoptimalan profil usaha dengan menambahkan foto, menu produk, deskripsi singkat, dan respons terhadap ulasan pelanggan untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan rating usaha. Fitriyah et al. (2024) menekankan bahwa penyajian visual produk yang menarik mampu meningkatkan minat beli konsumen hingga 50%. Selain itu, literatur terkait pendidikan digital, pemasaran berbasis teknologi, dan pemberdayaan UMKM mendukung pendekatan ini (Afiyah, 2024; Martoyo et al., 2022; Kurniati Fitri et al., 2023; Maulidiya & Hayati, 2020; Lomboan et al., 2021; Pitana, 2015; Suryadana & Octavia, 2015; Asriandy, 2016).



Gambar 2. Tampilan Lokasi usaha di google maps.

Dari hasil kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa integrasi pendidikan digital melalui program KKN berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya teknologi dalam pengembangan ekonomi kreatif. Pendaftaran lokasi usaha di Google Maps tidak hanya memperluas jaringan pemasaran, tetapi juga membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk bersaing di era digital. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis partisipatif seperti yang dilakukan mahasiswa KKN UINSU dapat menjadi model pemberdayaan yang efektif untuk diterapkan di desa-desa lain dengan kondisi serupa.

4. KESIMPULAN

Program Integrasi Pendidikan Digital dan Ekonomi Kreatif melalui Digitalisasi Pendaftaran Lokasi Usaha di Google Maps di Desa Timbang Lawan menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi sarana strategis dalam meningkatkan daya saing usaha lokal. Melalui pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN UINSU, masyarakat desa yang sebelumnya kurang memahami pentingnya jejak digital kini mampu mendaftarkan lokasi usaha mereka secara mandiri ke Google Maps. Hasil kegiatan ini memperlihatkan adanya peningkatan literasi digital, keterampilan teknis, dan kesadaran pelaku UMKM mengenai manfaat promosi berbasis teknologi. Keberhasilan pendaftaran berbagai usaha ke Google Maps berdampak langsung pada meningkatnya visibilitas bisnis, perluasan jaringan

pemasaran, dan kemudahan akses bagi konsumen, baik dari dalam maupun luar desa. Selain itu, integrasi pendidikan digital dengan pengembangan ekonomi kreatif terbukti efektif dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat serta membuka peluang pertumbuhan UMKM berbasis teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Masyarakat menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak LPPM Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kepala Desa Timbang Lawan dan Aparatur Desa serta masyarakat yang telah menyediakan tempat, serta dukungan motivasi kepada mahasiswa KKN Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah membawa program kerja selama pelaksanaan KKN berlangsung.

DAFTAR REFERENSI

- Afiyah, S. A. (2024). Analisis potensi dan pengembangan wisata kawasan ekonomi. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29170.07361>
- Asriandy, I. (2016). Strategi pengembangan obyek wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng (Skripsi, Universitas Hasanuddin). Universitas Hasanuddin. <https://core.ac.uk/download/pdf/77625485.pdf>
- Chaffey, D. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.). Pearson.
- Fauzan Abdillah, R., & Pramesti, A. N. (2024). Dampak rating dan ulasan konsumen terhadap keputusan pembelian di e-commerce. Seminar Nasional Amikom Surakarta (Semnasa), II(1), 1480–1493.
- Fitriyah, F., Rochmah, N. N., Hakim, L., Kurniawati, E., Rusfadi, T. S., Arifan, M. V., Azizah, P. N., Rosyidah, A. D., Firynasari, F., Avanti, L. S., Nada, E. Q., Rosy, M. I. F., Ilahi, W. N., Ariyanto, I. B. R., Hidayah, A., & Mulyani, H. D. (2024). Pelatihan foto produk dan pemasaran online untuk mengembangkan UMKM di Desa Semen. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 163–169. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i1.662>
- Fitriyah, N., Ramadhan, A., & Prasetyo, D. (2024). Visualisasi produk dan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen UMKM di platform digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 45–56.
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan internet marketing dalam meningkatkan pendapatan pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.3033>
- Kurniati Fitri, Z. A., Mansyur, Z., & Mulhimmah, B. R. (2023). Development of a tourism village efforts to empower the community's economy from an Islamic economic

perspective: A case study of West Lombok's Kebon Ayu. JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia), 13(1), 115–123. [https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(1\).115-123](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(1).115-123)

Laia, B. (2022). Sosialisasi dampak kegiatan Kuliah Kerja Nyata di desa (Studi: Desa Sirofi). Haga: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2), 74–84. <https://doi.org/10.57094/haga.v1i2.325>

Lomboan, D. V. Y., Ruru, J., & Londa, V. (2021). Pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir di Desa Kumu Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa. Jurnal Administrasi Publik, 7(102), 28.

Martoyo, A., Wiliani, N., & Basri, H. (2022). Strategi promosi desa wisata Tanjungjaya KEK Tanjung Lesung melalui platform digital. Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 2(2), 971–987. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.136>

Maulidiya, L., & Hayati, M. (2020). Potensi dan strategi pengembangan pariwisata di Pulau Mandangin Kabupaten Sampang. Agriscience, 1(2), 507–529. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i2.9183>

Nakhwah, P. S. N., & Ramdhani, R. N. (2024). Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui pendaftaran Google Maps UMKM Desa Rancapanggung. Proceedings UIN Sunan Gunung Djati. <http://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/2048>

Nuzula, A. F., Phamungkas, A. B., Silva, A. A., Mutamimah, A. N. O., & Fadhillah, A. N. (2024). Meningkatkan visibilitas online UMKM: Pendampingan pemanfaatan akun Google Bisnis sebagai alat pemasaran untuk Hace Craft Desa Bandar Lor, Kota Kediri. Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(1), 101–106. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i1.737>

Puspasari, D., Utami, I. P., & Susilawati, N. (2025). Pemanfaatan Google Maps dan QRIS sebagai strategi digitalisasi UMKM di Desa Neglasari, 01(03), 293–302.