



Implementasi Pendaftaran UMKM Desa Pematang Kasih Kecamatan Pantai Cermin ke Google Maps sebagai Strategi Promosi Lokal

Implementation of MSME Registration in Pematang Kasih Village, Pantai Cermin District on Google Maps as a Local Promotion Strategy

Khairani Simatupang¹, Feri Arifin², Khairunnisa^{3*}

¹⁻³ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

*Penulis Korespondensi: khairunnisa076@uinsu.ac.id³

Article History:

Naskah Masuk: 15 Agustus 2025;
Revisi: 30 Agustus 2025;
Diterima: 28 September 2025;
Tersedia: 01 Oktober 2025.

Keywords: Business Digitalization;
Google Maps; Local Promotion;
MSMEs; Participatory Action.

Abstract: The Community Service Program (KKN) implemented in Pematang Kasih Village, Pantai Cermin District, focused on empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through the implementation of business unit registration on Google Maps as a local promotion strategy. The main problems faced by MSMEs in this village are limited access to digital promotion, low technological mastery, and lack of business visibility in the online realm. The method used was participatory action based on technical assistance, where students acted as facilitators and direct assistants at every stage of the activity. The implementation process began with the socialization stage of the importance of business digitalization, identification of MSME potential, technical training on creating a Google My Business account, and direct practice of registering a business on Google Maps. All stages were carried out collaboratively by involving MSME owners so that they could independently manage their business profiles after the mentoring ended. The program results showed a significant increase in the number of MSMEs registered on Google Maps, an increase in business actors' understanding of digital promotion strategies, and the emergence of a collective awareness of the importance of technology adaptation in village economic development. Thus, registering MSMEs on Google Maps can be an effective, inexpensive, and sustainable local promotion strategy in expanding marketing reach while increasing the competitiveness of village MSMEs.

Abstrak

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di Desa Pematang Kasih, Kecamatan Pantai Cermin, berfokus pada pemberdayaan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui implementasi pendaftaran unit usaha ke Google Maps sebagai strategi promosi lokal. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di desa ini adalah keterbatasan akses promosi digital, rendahnya penguasaan teknologi, serta kurangnya visibilitas usaha di ranah online. Metode yang digunakan adalah aksi partisipatif berbasis pendampingan teknis, dimana mahasiswa bertindak sebagai fasilitator dan pendamping langsung dalam setiap tahap kegiatan. Proses implementasi dimulai dari tahap sosialisasi pentingnya digitalisasi usaha, identifikasi potensi UMKM, pelatihan teknis pembuatan akun Google My Business, hingga praktik langsung pendaftaran usaha di Google Maps. Seluruh tahapan dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan pemilik UMKM agar mampu mandiri mengelola profil bisnisnya setelah pendampingan berakhir. Hasil program menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah UMKM yang telah terdaftar di Google Maps, peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap strategi promosi digital, serta munculnya kesadaran kolektif akan pentingnya adaptasi teknologi dalam pengembangan ekonomi desa. Dengan demikian, pendaftaran UMKM ke Google Maps dapat menjadi salah satu strategi promosi lokal yang efektif, murah, dan berkelanjutan dalam memperluas jangkauan pemasaran sekaligus meningkatkan daya saing UMKM desa.

Kata Kunci: Aksi Partisipatif; Digitalisasi Usaha; Google Maps; Promosi Lokal; UMKM.

1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, khususnya di daerah pedesaan. UMKM tidak hanya menjadi sumber mata pencaharian utama bagi sebagian besar masyarakat, tetapi juga menjadi roda penggerak perputaran ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, diversifikasi produk, serta pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal. Namun, keberlangsungan dan perkembangan UMKM seringkali menghadapi tantangan besar, terutama dalam hal promosi dan pemasaran produk yang masih terbatas pada lingkup local (Dhiya' Ayu Adibah et al., 2023).

Desa Pematang Kasih yang berada di Kecamatan Pantai Cermin memiliki potensi ekonomi lokal melalui keberadaan berbagai UMKM yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan tangan, hasil pertanian olahan, hingga jasa. Meski demikian, kondisi promosi UMKM di desa ini masih relatif sederhana dan bergantung pada metode pemasaran tradisional dari mulut ke mulut ataupun penjualan langsung di lokasi usaha. Minimnya akses promosi digital membuat banyak UMKM belum dikenal secara luas, baik oleh masyarakat luar desa maupun calon konsumen yang lebih luas melalui media daring.

Di era digital saat ini, teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Salah satu platform yang dapat dimanfaatkan adalah Google Maps, sebuah layanan berbasis lokasi yang tidak hanya digunakan untuk navigasi, tetapi juga untuk menemukan informasi bisnis dan layanan di sekitar pengguna (Febrian et al., 2024). Melalui pendaftaran UMKM di Google Maps, sebuah usaha dapat tampil secara daring dengan menampilkan informasi lokasi, deskripsi usaha, jam operasional, foto produk, hingga nomor kontak yang dapat diakses secara mudah oleh masyarakat umum. Hal ini tentunya menjadi strategi promosi lokal yang efektif, murah, dan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk wisatawan yang datang ke Kecamatan Pantai Cermin.

Implementasi program kerja KKN berupa pendaftaran UMKM Desa Pematang Kasih ke Google Maps merupakan salah satu bentuk pemberdayaan digital masyarakat desa. Program ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM agar lebih dikenal, meningkatkan visibilitas usaha, serta mendorong peningkatan daya saing dan pendapatan masyarakat. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan memberikan edukasi kepada pelaku UMKM tentang pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, sehingga mereka mampu secara mandiri mengelola informasi usahanya untuk kepentingan jangka panjang.

Dengan demikian, implementasi pendaftaran UMKM Desa Pematang Kasih ke Google Maps bukan hanya sekadar upaya promosi lokal, tetapi juga bagian dari strategi pembangunan ekonomi desa berbasis digitalisasi. Upaya ini diharapkan mampu menjadi langkah awal bagi desa dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung perkembangan ekonomi masyarakat yang lebih berkelanjutan dan inklusif.

2. KAJIAN TEORITIS

UMKM merupakan sektor penting perekonomian Indonesia yang menopang penyerapan tenaga kerja dan menopang ekonomi daerah. Namun, tantangan utama UMKM adalah keterbatasan akses promosi yang berdampak pada rendahnya visibilitas dan peluang pasar (Wita Setiawati et al., 2024). Promosi adalah serangkaian kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan konsumen terhadap produk dan jasa sehingga dapat meningkatkan penjualan sekaligus memperkuat citra brand UMKM. Strategi promosi yang efektif tidak hanya menaikkan kesadaran konsumen, tetapi juga memfasilitasi hubungan jangka panjang dan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis tersebut.

Konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi sangat erat kaitannya dengan efektivitas UMKM. Dalam konteks era digital, aspek "tempat" (*place*) tidak lagi terbatas pada lokasi fisik, namun harus diperluas pada kehadiran digital, salah satunya melalui pemetaan bisnis ke Google Maps (Yulia Anggraeni et al., 2022). Langkah mendigitalisasi lokasi usaha, seperti mendaftarkan bisnis ke Google Maps, memperluas akses konsumen, memudahkan mereka memperoleh informasi detail, serta memperkuat eksistensi bisnis dalam ekosistem digital dan mendongkrak daya saing di pasar lokal maupun nasional (Kasnelly et al., 2025).

Digital marketing adalah upaya pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital, termasuk internet dan platform aplikasi, untuk membangun komunikasi, menyebarluaskan informasi produk, serta mempermudah transaksi. Google Maps hadir sebagai salah satu tools digital marketing yang efektif, terutama melalui fitur Google My Business, yang menyediakan tampilan lokasi, kontak, jam operasional, foto, review pelanggan, hingga navigasi langsung (Rakhman, 2024).

Lebih dari 80% konsumen di Indonesia menggunakan Google Maps untuk mencari lokasi bisnis sebelum berkunjung secara langsung; bisnis dengan profil digital yang lengkap di Google Maps memperbesar peluang dipilih karena dinilai lebih kredibel dan informatif. Implementasi pendaftaran UMKM ke Google Maps mencakup pembuatan titik bisnis, pengisian profil, upload foto produk/lokasi, serta edukasi ke pelaku usaha tentang pentingnya

ulasan dan rating pelanggan. Studi kasus di berbagai desa menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang sudah terdaftar di Google Maps mengalami peningkatan visibilitas online, kunjungan konsumen, dan volume penjualan hingga 40% (Nuha et al., 2025).

Pada konteks desa, sinergi pendaftaran UMKM di Google Maps juga membuka peluang promosi silang antar pelaku usaha, memperkuat potensi kolaborasi, mempercepat digitalisasi, serta mendukung pembangunan ekonomi wilayah secara berkelanjutan sesuai tujuan SDGs (Ikrima et al., 2025). Implementasi pendaftaran UMKM ke Google Maps sebagai strategi promosi lokal secara teoritis dibangun atas fondasi marketing mix, promosi digital, dan digitalisasi lokasi bisnis. Upaya ini terbukti menaikkan visibilitas, memperkuat brand, meningkatkan kepercayaan, memperluas pasar, dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis digital terutama di wilayah pedesaan.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan metode Penelitian Aksi Partisipatif (*Participatory Action Research/PAR*) karena melibatkan masyarakat secara aktif, khususnya pelaku UMKM Desa Pematang Kasih, dalam setiap tahapan penelitian. Metode ini dipilih dengan pertimbangan bahwa masalah promosi lokal tidak dapat diselesaikan hanya oleh kami saja, melainkan membutuhkan keterlibatan langsung dari pelaku UMKM sebagai subjek sekaligus mitra. Oleh sebab itu, proses penelitian berbasis pada praktik pendampingan teknis dalam mendaftarkan usaha mereka ke platform Google Maps.

Tahap Perencanaan (*Planning*)

Tahap awal dimulai dengan identifikasi masalah melalui diskusi terarah (FGD) oleh kami dan juga pelaku UMKM, aparat desa, dan masyarakat sekitar. Pada tahap ini ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki visibilitas digital sehingga sulit ditemukan oleh konsumen dari luar desa. Dari hasil diskusi tersebut, ditetapkan tujuan utama yakni meningkatkan aksesibilitas dan promosi UMKM Desa Pematang Kasih melalui pendaftaran usaha di Google Maps.

Selain itu, tahap perencanaan juga melibatkan penyusunan rencana aksi pendampingan teknis, meliputi:

- (1) Penyusunan materi pelatihan sederhana (panduan pembuatan akun Google, input data usaha, dan verifikasi lokasi).
- (2) Penentuan waktu pelaksanaan kegiatan dan pembagian kelompok UMKM dari dusun 2 sampai dusun 1 yang ada di desa pematang kasih.
- (3) Persiapan peralatan seperti smartphone, akses internet untuk mendaftarkan UMKM yang ada di desa pematang kasih ke Google Maps.

Tahap Tindakan (*Action*)

Pada tahap ini dilaksanakan praktik pendampingan teknis secara langsung dengan melibatkan kami dan pelaku UMKM. Kegiatan dilakukan melalui:

(1) Setiap pelaku UMKM didampingi secara langsung dalam pembuatan akun dan memasukkan informasi usahanya ke Google Maps, termasuk alamat, foto produk, jam operasional, dan kontak yang bisa dihubungi. (2) Setelah usaha terdaftar, kami bersama pelaku UMKM melakukan simulasi pencarian di Google Maps untuk memastikan usaha telah muncul dalam daftar.

Tahap Observasi (*Observation*)

Observasi dilakukan dengan mencatat keterlibatan pelaku UMKM, tingkat pemahaman mereka, serta hambatan teknis yang muncul selama proses pendaftaran.

Tahap Refleksi (*Reflection*)

Tahap refleksi dilakukan bersama dengan pelaku UMKM guna mengevaluasi hasil kegiatan. Refleksi ini berfokus pada:

(1) Keberhasilan pendaftaran UMKM ke Google Maps. (2) Kendala teknis yang dihadapi, misalnya keterbatasan jaringan internet atau kurangnya perangkat teknologi.

Refleksi ini penting untuk memastikan bahwa proses pendampingan tidak hanya berhenti pada pendaftaran, tetapi juga berlanjut ke peningkatan kapasitas digital masyarakat desa. Partisipasi masyarakat dalam penelitian aksi partisipatif ini bersifat aktif, kolaboratif, dan berkelanjutan. Masyarakat tidak hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga partner yang ikut merencanakan, melaksanakan, mengamati, dan mengevaluasi kegiatan. Model partisipatif ini menciptakan rasa memiliki terhadap program, sehingga peluang keberlanjutan strategi promosi digital di Desa Pematang Kasih menjadi lebih tinggi.

Dengan metode penelitian aksi partisipatif berbasis pendampingan teknis, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan output berupa pendaftaran UMKM ke Google Maps, tetapi juga outcome berupa peningkatan literasi digital serta kemandirian pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi sebagai strategi promosi lokal (Diyana & Putra, 2025).

4. HASIL DAN DISKUSI

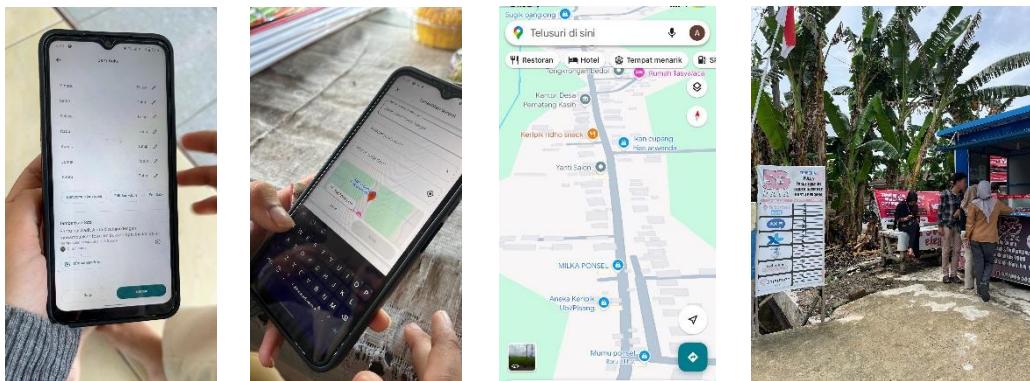
Hasil

Pelaksanaan program kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berfokus pada implementasi pendaftaran UMKM ke platform Google Maps di Desa Pematang Kasih, Kecamatan Pantai Cermin, memberikan gambaran nyata tentang bagaimana digitalisasi mampu membuka akses

promosi dan meningkatkan visibilitas usaha lokal. Pada tahap pelaksanaan, kami terlebih dahulu melakukan identifikasi dan pendataan UMKM yang ada di desa tersebut. Dari hasil pendataan, ditemukan bahwa mayoritas UMKM bergerak di berbagai bidang, seperti usaha keripik, toko ponsel, salon dan lain sebagainya.

Proses implementasi dilakukan dengan mendatangi langsung para pelaku UMKM, melakukan sosialisasi terkait manfaat digital marketing, dan kemudian membantu mereka

secara teknis untuk mendaftarkan lokasi usahanya ke Google Maps melalui fitur Google Business Profile. Implementasi selanjutnya adalah pembuatan akun Google, pengisian data profil usaha, penentuan kategori usaha, penulisan deskripsi singkat, pencantuman nomor telepon, serta melampirkan foto-foto produk atau tempat usaha yang menarik (Aziezy et al., 2025).



Tim KKN juga memberi pendampingan bagaimana cara memperbarui informasi apabila ada perubahan jam buka, nomor kontak, atau menu baru. Setelah beberapa hari, usaha-usaha tersebut mulai muncul pada pencarian Google Maps dan dapat diakses oleh masyarakat luas, termasuk wisatawan yang sering berkunjung ke Pantai Cermin sebagai destinasi utama kawasan tersebut. Hambatan awal yang ditemui adalah keterbatasan literasi digital masyarakat, terutama pada kelompok pelaku usaha yang sudah berusia lanjut. Banyak dari mereka yang belum terbiasa menggunakan aplikasi berbasis digital dan menganggap bahwa promosi melalui Google Maps tidak terlalu berpengaruh. Namun setelah diberikan simulasi cara kerja Google Maps misalnya bagaimana konsumen yang mencari keyword “ponsel terdekat” dapat menemukan lokasi mereka para pelaku usaha mulai menyadari manfaat yang ditawarkan.

Dampak yang terlihat cukup cepat adalah meningkatnya minat konsumen dari luar desa yang mengetahui keberadaan UMKM melalui hasil pencarian di peta digital. Beberapa pelaku usaha makanan mengaku mendapat pelanggan baru yang sebelumnya hanya sekadar melintas menuju pantai, namun kini sengaja mampir karena menemukan lokasi usaha mereka di Maps. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi dalam promosi tidak hanya memperluas pasar, tetapi

juga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan (Madina et al., 2024). Dari sisi pembelajaran, kegiatan pendaftaran UMKM ke Google Maps juga memperlihatkan perubahan pola pikir masyarakat desa terhadap teknologi. Awalnya, sebagian besar pelaku usaha menganggap bahwa dunia digital hanya bermanfaat bagi usaha berskala besar (Zilfi, 2020). Namun setelah mendapatkan pengalaman langsung, mereka mulai menyadari bahwa teknologi bisa digunakan untuk memajukan usaha kecil sekalipun. Kesadaran ini mendorong semangat bagi sebagian pelaku UMKM untuk mulai memanfaatkan media sosial sebagai tambahan sarana promosi, misalnya dengan mengunggah menu makanan atau produk kerajinan di akun Facebook dan Instagram pribadi mereka yang kemudian ditautkan ke Google Maps (Hidajat et al., 2024).

Meskipun demikian, pembahasan dari pelaksanaan ini juga menyinggung keterbatasan yang masih perlu mendapat perhatian. Pertama, sebaran jaringan internet di Desa Pematang Kasih tidak merata, membuat sebagian pemilik usaha mengalami hambatan ketika mengakses aplikasi Google Maps secara langsung. Kedua, faktor keberlanjutan masih menjadi tantangan, karena apabila data usaha tidak diperbarui, maka efektivitas promosi akan menurun. Untuk itu diperlukan upaya lanjutan berupa pelatihan berkala atau pendampingan dari aparat desa maupun pihak eksternal agar UMKM tetap konsisten mengelola profil digital mereka(Mardiansyah et al., 2023).

Secara keseluruhan, hasil implementasi program ini dapat disimpulkan berhasil karena mampu meletakkan dasar penting bagi transformasi digital UMKM Desa Pematang Kasih. Selain memberikan pengalaman praktik langsung kepada kami mahasiswa KKN UINSU dalam memberdayakan masyarakat, program ini juga menciptakan efek nyata terhadap peningkatan promosi usaha lokal. Keberhasilan ini tidak hanya diukur dari jumlah UMKM yang berhasil terdaftar di Google Maps, tetapi lebih jauh dari munculnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi untuk menunjang keberlangsungan ekonomi desa.

Diskusi

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan diawali dengan proses edukasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya kehadiran digital melalui pendaftaran di Google Maps. Tahap awal berupa identifikasi kebutuhan dan kesulitan UMKM, di mana diketahui mayoritas pelaku usaha masih memakai metode pemasaran tradisional dan belum banyak yang mengetahui cara optimal memanfaatkan fitur digital seperti Google Maps. Setelah dilakukan sosialisasi serta pelatihan teknis mulai dari pembuatan akun Google Bisnisku, pengisian profil

usaha, upload foto produk, hingga verifikasi lokasi oleh Google, terlihat adanya peningkatan visibilitas dan aksesibilitas UMKM setempat. Hal ini terbukti dari bertambahnya jumlah pencarian lokasi, kunjungan, dan interaksi konsumen melalui fitur Google Maps(Septi & Ariescy, 2024).

Implementasi digitalisasi promosi UMKM melalui Google Maps selaras dengan teori social change (perubahan sosial) dan teori social capital (modal sosial). Teori perubahan sosial menegaskan bahwa intervensi berbasis teknologi dapat mendorong transformasi perilaku bisnis dan struktur sosial menuju pola yang lebih adaptif dan efisien. Proses digitalisasi ini bukan saja menambah kapasitas teknologi pelaku UMKM, tapi juga membangun jejaring dan modal sosial, mendorong kolaborasi, serta menumbuhkan kepercayaan dan profesionalisme baru dalam komunitas usaha desa(Ruhtiani et al., 2024). Proses pengabdian yang berlangsung menunjukkan pola perubahan mulai dari tahap ketidaktahuan menuju pemahaman dan keterampilan digital pada pelaku UMKM, hingga akhirnya membentuk perubahan perilaku bisnis yang lebih proaktif terhadap peluang digitalisasi(Arisetyawan et al., 2023).

5. KESIMPULAN

Kehadiran UMKM di Google Maps secara nyata memperkuat eksistensi dan kredibilitas usaha kecil di mata konsumen, baik lokal maupun luar desa. Dengan data usaha yang lengkap, lokasi, kontak hingga foto-foto produk langsung diakses lewat pencarian digital, UMKM kini lebih mudah ditemukan dan dikunjungi oleh konsumen maupun wisatawan yang berkunjung ke Pantai Cermin. Program yang mengedepankan metode aksi partisipatif ini berhasil mengubah persepsi pelaku UMKM terhadap teknologi digital. Dengan pengalaman langsung, para pelaku usaha yang awalnya skeptis kini mulai aktif memanfaatkan fitur-fitur digital, tidak hanya Google Maps tetapi juga media sosial sebagai sarana promosi tambahan. Hal ini merupakan fondasi penting bagi terwujudnya desa digital yang adaptif dan inovatif.

Implementasi program ini juga mengidentifikasi tantangan seperti keterbatasan akses internet dan literasi digital pada kelompok usia lanjut. Oleh karena itu, pendampingan berkala dan pelatihan lanjutan sangat direkomendasikan untuk menjaga efektivitas promosi digital secara berkelanjutan. Aparat desa serta pihak eksternal diharapkan terus berperan mendukung UMKM desa agar tidak tertinggal dalam pemanfaatan teknologi. Secara keseluruhan, pendaftaran UMKM ke Google Maps telah menjadi langkah strategis dalam digitalisasi ekonomi desa membawa perubahan nyata dalam praktik bisnis, memperkuat jaringan sosial, dan mendukung capaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) di tingkat lokal. Program

ini memotivasi masyarakat untuk terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi, sekaligus menunjukkan potensi nyata kolaborasi antara mahasiswa, pemerintah desa, dan pelaku usaha demi kemajuan ekonomi desa yang inklusif.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dalam kesempatan ini, kami ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik moril maupun materil, sehingga kegiatan program pengabdian masyarakat yang berfokus pada implementasi pendaftaran UMKM Desa Pematang Kasih Kecamatan Pantai Cermin ke Google Maps dapat terlaksana dengan baik.

Pertama-tama, kami menyampaikan apresiasi setulusnya kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, kesehatan, serta kemudahan yang diberikan selama menjalankan rangkaian kegiatan ini hingga selesai dan terealisasi menjadi sebuah laporan ilmiah. Ucapan terima kasih juga dialamatkan kepada pemerintah Desa Pematang Kasih yang telah memberikan izin, dukungan, serta fasilitas selama pelaksanaan program. Dukungan aparatur desa, mulai dari kepala desa beserta perangkatnya, menjadi faktor penentu yang memperlancar proses sosialisasi dan pendampingan terhadap para pelaku UMKM.

Rasa terima kasih yang mendalam juga diberikan kepada para pelaku usaha kecil dan menengah Desa Pematang Kasih, yang dengan antusias dan penuh semangat berpartisipasi dalam proses pembuatan akun bisnis serta pendaftaran usaha mereka ke platform Google Maps. Tanpa keterbukaan, kerja sama, dan kesediaan mereka, kegiatan ini tidak mungkin dapat memberikan dampak positif sebagaimana yang diharapkan. Selain itu, penulis memberikan penghargaan kepada rekan-rekan tim pengabdian masyarakat yang telah bekerja sama dari tahap persiapan, pelaksanaan hingga penyusunan laporan ini. Kerja sama yang baik, saling dukung, dan semangat gotong royong dalam tim menjadi salah satu bukti bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya memperkaya pengalaman akademik, tetapi juga mempererat tali kebersamaan.

Ucapan terima kasih juga layak diberikan kepada pihak perguruan tinggi, khususnya fakultas dan program studi terkait, yang telah memberikan arahan, kesempatan, serta dukungan administratif sehingga kegiatan ini terlaksana dengan lancar. Tidak lupa kepada dosen pembimbing lapangan yakni ibu Khairunnisa, S.P., M.Agr dan pihak lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat (LP2M) yang senantiasa memberikan masukan, bimbingan, serta dorongan selama program berlangsung.

Akhirnya, penghargaan tulus kami sampaikan kepada seluruh pihak lain yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu keberhasilan kegiatan ini, baik berupa tenaga, materi, maupun ide-ide yang mendukung.

Semoga segala bentuk bantuan, dukungan, dan kontribusi yang telah diberikan kepada program ini memperoleh balasan kebaikan berlipat ganda, serta dapat menjadi langkah bersama dalam meningkatkan pemberdayaan UMKM desa melalui pemanfaatan teknologi digital.

DAFTAR REFERENSI

- Arisetyawan, K., Rachmawati, L., Nur'aini, S., Nur Adha, A. A., Firmansyah, A. H., Ardini, C. A., & Ariyadi, A. A. (2023). Sosialisasi digital marketing UMKM dalam optimalisasi potensi ekonomi desa. *International Journal of Community Service Learning*, 7(2), 239–247. <https://doi.org/10.23887/ijesl.v7i2.56878>
- 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>
- Dhiya' Ayu Adibah, Kusumasari, I. R., Lestari, A. S., Wahyuningsih, N., Maharani, N., Sanjaya, L., Putra, A. P., & Khomariah, A. (2023). Penggunaan aplikasi Google Maps dan Imooji sebagai media promosi UMKM Desa Tiyaran. *Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian: DIKMAS*, 2(3), 87–97. <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas>
- Diyana, N. F., & Putra, M. A. (2025). Digitalisasi pemasaran UMKM melalui Google Bisnis dan Maps: Studi kasus Keripik Ubi Faizah. *Gudang Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 282–289.
- Febrian, R., Nisa, F. L., & Utami, A. F. (2024). Implementasi Google Maps sebagai digital marketing dalam efektivitas penjualan UMKM nasabah BTPN Syariah Kecamatan Bantur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(16), 721–726. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1376569>
- Hidajat, S., Amaliyah, F. D., Arindi, A. P., Kamilah, Q. M., Suprapto, S. A. A., Suryanto, A. F., Anggita, N., Tarigan, F. Y. B., Dewi, G. C. M., & Cantika, C. N. (2024). Pengembangan: UMKM pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Domas dengan aplikasi Google Maps. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 3(1), 354–360. <https://ejournal-rmg.org/index.php/AMPKM/article/view/356>
- 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*, 2(6), 247–253.
- Kasnelly, S., Afkari, S. U., Musdallifah, D., Marwiyah, Ehwan, M., & Agustia, U. (2025). Implementasi strategi pemasaran digital melalui optimalisasi Google Maps untuk meningkatkan visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1), 197–205.

- Madina, F. N., Arifi, M. B. Al, Dhiasyauq, R., Putri, R. A., & Widowati, K. (2024). Pendaftaran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Google Maps. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 5(4), 1–12.
- Mardiansyah, D., Fikri, I., Fauziyah, N., Fridayanti, A., Andini, P., Arrahman, B., Andrica, F., Islami, M. F., Manik, M. M., Armysa, R., & Rapitri, J. F. D. (2023). Penambahan lokasi UMKM dan tempat umum ke dalam Google Maps di Nagari Tanjung Bonai Aur Kecamatan Sumpur Kudus. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(4), 4849–4855. <https://ejurnal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1940>
- 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 Sambi Desa Simo. *J-ADIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(1), 68–75.
- Rakhman, M. A. (2024). Konsep digital marketing usaha mikro kecil dan menengah (UMKM): Pengembangan dan strategi. *Jurnal Penelitian Ilmu dan Teknologi Komputer*, 3(2), 95–105. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Ruhtiani, M., Tri Naili, Y., & Rizky Yuttama, F. (2024). Sosialisasi legalitas badan usaha dan pendaftaran merek dagang dalam upaya meningkatkan penjualan produk UMKM di wilayah Banyumas. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(2), 225–240. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v4i2.3647>
- Septi, S. D. N., & Ariescy, R. R. (2024). Pemanfaatan Google Maps untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(2), 2250–2255.
- Setiawati, W., Insani, S. M., & Ardiati, S. S. (2024). Peran marketing terhadap omset penjualan UMKM. *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 52–61. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i5.782>
- Anggraeni, Y. N., Melinasari, S., & Shiddieqy, H. A. (2022). Analisis strategi pemasaran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Nyonya Sambel Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor dalam perspektif manajemen syariah. *Sahid Business Journal*, 2(1), 118–128. <https://doi.org/10.56406/sahidbusinessjournal.v2i01.84>
- Zilfi, R. (2020). Implementasi Google Maps API untuk lokasi UMKM di Kabupaten Sidoarjo berbasis Android. *Ubiquitous: Computers and Its Applications Journal*, 3(1), 53–58. <https://doi.org/10.51804/ucaiaj.v3i1.53-58>