



## Pemanfaatan Aplikasi Google Maps sebagai Bentuk Digitalisasi Pemasaran pada UMKM Warung Seblak Prasmanan Nadira di Desa Kutarayat

*Utilization of the Google Maps Application as a Form of Digital Marketing for the Nadira Buffet Seblak MSME in Kutarayat Village*

**Waizul Qarni<sup>1\*</sup>, Ivetmanta Br Lingga<sup>2</sup>, Liza Syafira Br Sembiring<sup>3</sup>, Afni Haryanti Harahap<sup>4</sup>, Risa Lidia<sup>5</sup>**

<sup>1-5</sup> Universitas Islam Sumatera Utara, Indonesia

\*Penulis korespondensi : [waizulqarni@uinsu.ac.id](mailto:waizulqarni@uinsu.ac.id)

### Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: September 16 2025;

Revisi: September 30 2025;

Diterima: 12 Oktober 2025;

Tersedia: 14 Oktober 2025

**Keywords:** Digital Marketing, Google Maps, MSMEs, Pepelegi Village, SR Corner Coffee Shop

**Abstract:** Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in economic equality and job creation, especially in rural areas. However, limitations in digital technology mastery, particularly in marketing, remain a major obstacle for MSME actors in Pepelegi Village, Sidoarjo. This community service activity aims to enhance MSMEs' digital capabilities through training and mentoring on using Google Maps as a promotional tool. The approach applied in this study is Participatory Action Research (PAR), which includes observation, interviews, training, and evaluation. The focus of this activity is on Warkop Pojok SR MSMEs in Pepelegi Village, with active participation from local business actors. The results of this activity show an improvement in participants' knowledge and skills in creating and managing business profiles on Google Maps. This improvement positively impacts business visibility and potential revenue growth. Digitalization through Google Maps not only makes it easier for consumers to locate businesses but also provides information on operating hours, customer reviews, and business contacts. Therefore, this activity is expected to serve as an example of technology-based MSME empowerment that can be implemented in other regions. The sustainability of this program can be strengthened through cross-sector collaboration to support faster transformation.

### Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam kesetaraan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, terutama di daerah pedesaan. Namun, keterbatasan dalam penguasaan teknologi digital, terutama dalam pemasaran, tetap menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM di Desa Pepelegi, Sidoarjo. Kegiatan pelayanan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan digital UMKM melalui pelatihan dan pembimbingan dalam penggunaan Google Maps sebagai alat promosi. Pendekatan yang diterapkan dalam studi ini adalah Penelitian Tindakan Partisipatif (PAR), yang meliputi observasi, wawancara, pelatihan, dan evaluasi. Fokus kegiatan ini adalah pada UMKM Warkop Pojok SR di Desa Pepelegi, dengan partisipasi aktif para pelaku usaha lokal. Hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam membuat dan mengelola profil bisnis di Google Maps. Peningkatan ini berdampak positif pada visibilitas bisnis dan potensi pertumbuhan pendapatan. Digitalisasi melalui Google Maps tidak hanya memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha, tetapi juga menyediakan informasi tentang jam operasional, ulasan pelanggan, dan kontak usaha. Oleh karena itu, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi contoh pemberdayaan UMKM berbasis teknologi yang dapat diterapkan di wilayah lain. Keberlanjutan program ini dapat diperkuat melalui kolaborasi lintas sektor untuk mendukung transformasi yang lebih cepat.

**Kata Kunci:** Desa Pepelegi, Google Maps, Pemasaran Digital, UMKM, Warkop Pojok SR.

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam menciptakan kesetaraan ekonomi dengan menjadi penyedia sumber daya strategis. UMKM tersebar di berbagai wilayah dan melayani berbagai sektor, sehingga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi di daerah pedesaan. Selain itu, UMKM juga berfungsi sebagai pencipta lapangan kerja. Dengan pertumbuhan populasi Indonesia yang terus meningkat, UMKM telah menjadi salah satu solusi efektif untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Selain mampu menyerap tenaga kerja, UMKM juga mendorong komunitas lain untuk bersaing, sehingga membuka peluang dan menciptakan usaha baru bagi komunitas sekitar (Fujiono dkk., 2023).

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di masyarakat seringkali menghadapi berbagai hambatan, terutama terkait dengan pengetahuan dan strategi pemasaran. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasar mereka terbatas pada wilayah sekitar. Di Desa Pepelegi, Sidoarjo, kemajuan teknologi yang pesat menjadi tantangan bagi pelaku UMKM, yang umumnya hanya memasarkan produk mereka melalui toko atau tempat usaha mereka. Kurangnya pemahaman tentang teknologi digital membuat mereka kesulitan untuk memperluas pasar, sehingga sebagian besar pelanggan mereka masih berasal dari wilayah sekitar (Aushafina & Wikartika, 2023).

Jika pengusaha UMKM memiliki kemampuan teknologi, mereka dapat memanfaatkan pemasaran digital secara optimal untuk menjangkau lebih banyak konsumen tanpa harus menghabiskan banyak waktu dan tenaga. Keberadaan UMKM di Kabupaten Karo, khususnya di Desa Kutarayat, telah menarik perhatian berbagai instansi terkait karena sebagian besar penduduk desa tersebut adalah pengusaha UMKM yang bergerak di berbagai sektor, terutama warung makan dan kafe. Lokasi strategis Desa Kutarayat, yang dekat dengan tempat wisata juga telah berkontribusi positif terhadap perkembangan usaha-usaha ini sebagai sumber pendapatan dan pendorong perekonomian lokal.

Penggunaan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan di berbagai aspek kehidupan, termasuk di sektor bisnis. UMKM, sebagai bagian penting dari perekonomian, juga telah memperoleh manfaat yang signifikan dari kemajuan teknologi ini (Fujiono dkk., 2023). Salah satu contoh alat digital yang terbukti mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran produk UMKM adalah Google Maps. Oleh karena itu, penting untuk menyadari peran penting media digital dalam aktivitas ekonomi modern (Halizah dkk., 2023). Pihak-pihak terkait di sektor UMKM perlu menyadari bahwa media digital memberikan akses ke pasar yang

lebih luas dan fleksibel tanpa terbatasi oleh lokasi geografis. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat secara signifikan meningkatkan pangsa pasar mereka dengan memperluas jangkauan produk dan layanan, menjangkau pelanggan potensial di berbagai wilayah, dan mengoptimalkan penggunaan media digital (Nuraini dkk., 2024).

Meskipun perusahaan besar cenderung lebih mudah mengadopsi teknologi di dunia bisnis, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Kutarayat, masih perlu meningkatkan pemahaman mereka tentang cara memanfaatkan peluang yang tersedia. Penerapan teknologi digital dalam kegiatan komersial telah membawa perubahan signifikan, sehingga pelaku UMKM perlu terus mengikuti perkembangan ini agar tetap kompetitif. Namun, masih terdapat kesenjangan pemahaman mengenai konsep dan manfaat media digital di kalangan UMKM, yang sering menjadi hambatan dalam proses adaptasi terhadap teknologi yang terus berkembang (Sifwah dkk., 2024).

Program kerja KKN Uinsu yang berfokus pada pelatihan dan bantuan dalam penggunaan Google Maps diharapkan dapat meningkatkan pendapatan mitra UMKM. Dengan memanfaatkan berbagai fitur Google Maps, seperti penanda lokasi, ulasan pelanggan, dan informasi kontak, pelaku UMKM dapat membangun profil bisnis yang informatif dan menarik bagi calon pelanggan (Iskandar dkk., 2024). Inisiatif ini bertujuan untuk memberikan perspektif baru terhadap kegiatan yang mendukung pemenuhan kebutuhan penghidupan dan keberlanjutan UMKM, sekaligus mendorong masyarakat Desa Kutarayat, untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk mereka.

Oleh karena itu, program kerja KKN yang dilaksanakan oleh mahasiswa Uinsu bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital, tetapi juga untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui penggunaan Google Maps dan meningkatkan daya saing bisnis mereka di tengah persaingan digital yang semakin ketat.

## 2. METODE

Perencanaan untuk kegiatan program kerja KKN ini dimulai dengan survei lokasi warung yang akan menjadi objek kegiatan. Selanjutnya, dilakukan observasi dan wawancara dengan pemilik warung. Anggota KKN kemudian memberikan pelatihan kepada pemilik warung tentang cara menggunakan aplikasi Google Maps untuk meningkatkan pemasaran digital warung seblak prasmanan nadira, yang berlokasi di dusun 3, Desa Kutarayat, Kecamatan Naman Teran, Kabupaten Karo.

Kegiatan ini menerapkan metode Penelitian Tindakan Partisipatif (PAR), yang dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pihak-pihak terkait, dan digitalisasi data menggunakan Google Maps. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan komunitas dalam memenuhi kebutuhan mereka sambil mengatasi masalah yang ada. Pendekatan PAR dalam studi ini dirancang untuk memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat Desa Kutarayat (Alifani dkk., 2024).

Selain menyampaikan informasi, intervensi ini juga mendorong masyarakat Desa Kutarayat untuk berpartisipasi secara aktif. Hal ini menghasilkan transformasi sosial yang lebih inklusif yang mampu merespons kebutuhan lokal melalui keterlibatan langsung komunitas. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap proyek pembangunan sejalan dengan harapan dan kebutuhan lingkungan lokal. Selain itu, keterlibatan komunitas juga memperkuat rasa kepemilikan terhadap hasil yang dicapai (Satria dkk., 2024). Peserta yang terlibat dalam kegiatan ini meliputi kelompok KKN UINSU dan warga Desa Kutarayat, khususnya pemilik UMKM, pengusaha, dan pedagang lainnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan pelayanan masyarakat ini meliputi pengamatan langsung, wawancara mendalam dengan pemilik UMKM dan anggota masyarakat untuk memperoleh persepsi dan pengalaman mereka, serta dokumentasi selama pelaksanaan kegiatan. Metode analisis data kualitatif diterapkan untuk menganalisis data yang dikumpulkan guna mengidentifikasi tema-tema utama terkait penggunaan teknologi komunikasi melalui aplikasi Google Maps sebagai alat digitalisasi di Warung Seblak Prasmanan Nadira di Desa Kutarayat.

Berdasarkan hasil pengamatan, program ini dilaksanakan selama dua hari, yaitu pada tanggal 27-28 Agustus 2025, mulai dari tahap perencanaan hingga implementasi. Kegiatan ini berlangsung di Warung Seblak Prasmanan Nadira, yang berlokasi di dusun 3, Desa Kutarayat, Kecamatan Naman Teran, Kabupaten Karo. Program ini merupakan kolaborasi antara KKN dari UINSU dan pemilik Warung Seblak Prasmanan Nadira. Fokus Program kerja KKN ini adalah penggunaan aplikasi Google Maps sebagai bentuk digitalisasi bagi UMKM warung seblak prasmanan nadira di Desa Kutarayat. Lokasi ini dipilih karena letaknya yang strategis dan mudah diakses, tepat di tepi jalan lintas Langkat-karo.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan program kerja KKN ini dimulai dengan observasi dan wawancara dengan pemilik warung, serta penggunaan Google Maps untuk meningkatkan pemasaran digital warung. Kegiatan ini dilaksanakan secara langsung selama dua hari, pada tanggal 27-28

Agustus 2025, di dusun 3, Desa Kutarayat. Kegiatan ini merupakan kolaborasi antara mahasiswa UINSU dan pemilik warung seblak prasmanan nadira.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk mendidik dan membantu warga Desa Kutarayat dalam memanfaatkan platform digital seperti Google Maps secara tepat dan efektif. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk memperluas wawasan warga Desa Kutarayat yang ingin meningkatkan penghasilan mereka guna memperbaiki kondisi ekonomi melalui perdagangan di era digital saat ini.



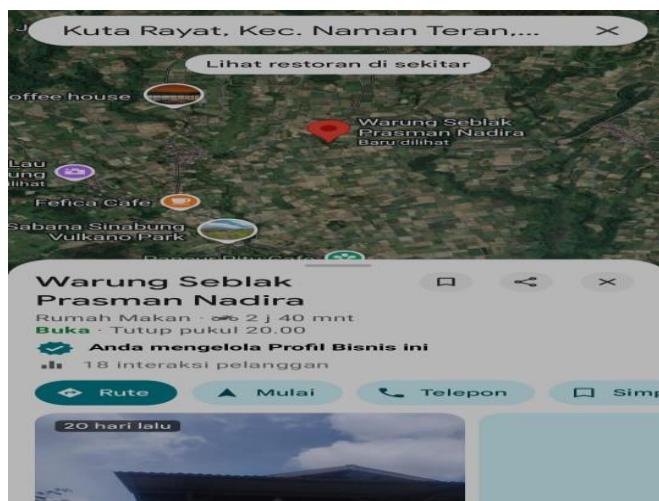
**Gambar 1.** Kunjungan dan wawancara pemilik warung.

Langkah pertama yang diambil oleh mahasiswa UINSU adalah meminta izin kepada pemilik warung seblak prasmanan nadira untuk melakukan kunjungan dengan tujuan membantu mengatasi masalah yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Salah satu hambatan yang ditemukan adalah manajemen media promosi yang tidak efektif, sehingga diperlukan solusi yang tepat untuk mengatasi masalah ini (Lestari dkk., 2022). Sebagai tindak lanjut, mahasiswa UNSURI menawarkan solusi berupa pembuatan profil di Google Maps untuk meningkatkan pemasaran digital bagi warung seblak prasmanan nadira yang berlokasi di Desa Kutarayat.

Mahasiswa memberikan penjelasan tentang pasar produk menggunakan berbagai pendekatan dalam pemasaran dan periklanan, termasuk pendekatan berbasis digital. Contoh strategi pemasaran digital yang dipaparkan meliputi penggunaan platform media sosial populer seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp (Novia dkk., 2023). Seiring dengan perkembangan periklanan digital, konsep kreatif baru juga muncul, salah satunya adalah periklanan melalui Google Maps (Puspitaningtyas dkk., 2024). Dalam presentasinya, mahasiswa menekankan pentingnya UMKM untuk mengikuti kemajuan teknologi agar dapat memahami cara efektif memasarkan bisnis mereka melalui Google Maps.

Tahap berikutnya adalah Pelatihan Pemasaran melalui Google Maps. Google Maps sangat berguna bagi pelanggan untuk menemukan lokasi bisnis, yang dapat mendorong peningkatan penjualan dan memperluas kesadaran di kalangan banyak orang. Oleh karena itu, mahasiswa UINSU mengadakan pelatihan dengan mengunjungi warung-warung yang ada di Desa Kutarayat. Selama pelatihan, mahasiswa mengumpulkan data dan informasi yang akurat, termasuk nama bisnis, alamat, nomor telepon, dan foto bisnis yang diambil menggunakan smartphone pemilik. Selain itu, mahasiswa juga memberikan penjelasan tentang langkah-langkah yang harus diikuti, mulai dari membuat akun Gmail bagi yang belum memiliki, menambahkan lokasi bisnis, hingga melengkapi data yang diperlukan.

Mahasiswa memandu proses mulai dari pembuatan akun Gmail, penambahan lokasi, hingga pengisian data yang diperlukan untuk menyelesaikan profil Google Maps. Media yang digunakan dalam kegiatan ini adalah smartphone milik pemilik UMKM yang terhubung ke internet dan akun email yang telah dibuat. Penggunaan perangkat mobile yang terhubung ke internet menunjukkan bahwa teknologi dapat memudahkan proses pembelajaran dan pengumpulan data di lapangan.



Gambar 2. Hasil praktik google maps.

Manfaat yang diperoleh oleh UMKM yang terdaftar di Google Maps meliputi memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasi toko komunitas, sehingga memfasilitasi pemasaran, pengambilan, dan pengiriman produk. Selain itu, calon pembeli dapat langsung menghubungi komunitas untuk memastikan ketersediaan produk yang ditawarkan dan mendapatkan informasi lengkap tentang jam operasional bisnis (Husain dkk., 2023; Ikerismawati dkk., 2023).

#### **4. DISKUSI**

Inisiatif pemilik yang berfokus pada pengembangan kompetensi, keterampilan, dan dukungan dalam penggunaan Google Maps sangat penting untuk memperkenalkan produk secara luas dan cepat, memungkinkan UMKM mempertahankan daya saingnya di tingkat regional, nasional, bahkan internasional. Selain itu, layanan ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan literasi digital mereka, karena konsumen dapat dengan mudah menemukan lokasi outlet pemilik, yang juga berfungsi sebagai strategi pemasaran dan memudahkan proses pengambilan dan pengiriman produk. Pembeli potensial juga dapat menghubungi langsung toko untuk memastikan ketersediaan produk yang ditawarkan. Informasi tentang jam operasional toko komunitas juga tersedia di Google Maps, sehingga konsumen dapat mengunjungi toko lebih sering. Aplikasi ini semakin populer sebagai sarana untuk mencari restoran atau tempat menarik lainnya. Pelanggan dapat memberikan rating dan ulasan di Google Maps, yang tidak hanya memudahkan pencarian lokasi tetapi juga meningkatkan reputasi bisnis (Manuelo dkk., 2024). Dengan menarik banyak pelanggan dan mendorong peningkatan penjualan, hal ini tentu memberikan manfaat besar bagi UMKM.

Keuntungan UMKM yang terdaftar di Google Maps termasuk memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi toko pemilik, menjadikannya strategi pemasaran yang memfasilitasi proses pemilihan dan pengiriman produk. Calon pelanggan juga dapat mengajukan pertanyaan untuk memastikan ketersediaan produk yang dipasarkan oleh masyarakat. Selain itu, ketersediaan informasi rinci tentang jam operasional masyarakat di Google Maps mampu menarik pelanggan untuk mengunjungi toko (Husain et al., 2023; Ikerismawati et al., 2023). Program ini juga bertujuan untuk mendidik dan membantu orang-orang di Desa Kutarayat untuk memanfaatkan platform digital seperti Google Maps dengan tepat dan efektif. Selain itu, inisiatif ini diharapkan untuk memperluas wawasan warga yang ingin meningkatkan pendapatan untuk meningkatkan ekonomi melalui perdagangan di era digital saat ini.

#### **5. KESIMPULAN**

Aktivitas program kerja KKN ini yang memanfaatkan Google Maps bertujuan untuk memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan bisnis mereka sambil memperluas jangkauan pasar online. Melalui serangkaian kegiatan, pemilik usaha memperoleh keterampilan baru yang menguntungkan pengembangan bisnis mereka. Keuntungan UMKM yang terdaftar di Google Maps termasuk memudahkan pembeli mengetahui lokasi toko, yang merupakan strategi pemasaran untuk memfasilitasi pembelian dan pengiriman produk. Selain itu, calon pembeli dapat langsung bertanya tentang ketersediaan produk yang dijual oleh masyarakat, serta

mendapatkan informasi lengkap tentang jam operasional masyarakat.

Dengan keberhasilan kegiatan ini, kelompok KKN merekomendasikan agar program serupa diimplementasikan secara berkelanjutan, termasuk pembuatan akun Google Maps dan akun media sosial untuk UMKM dari pintu ke pintu. Diperkirakan akan memperluas jangkauan pasar mereka secara online. Dengan demikian, kegiatan semacam ini akan memberikan banyak manfaat dan membuka peluang besar dalam meningkatkan pengetahuan dan kapasitas UMKM agar sukses dalam dunia bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alifani, R. M. O., Ernawati, E., Arifin, S. F. A., Rodiyah, S. K., Safira, M. E., Mardikaningsih, R., & Hamzah, Y. S. (2024). Inovasi pertanian: Meningkatkan ekonomi dengan tanaman hidroponik. Manfaat: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia, 1(2), 01-11. <https://doi.org/10.62951/manfaat.v1i3.75>
- Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan digitalisasi marketing Desa Kebondalem melalui aplikasi Google Maps: Upaya meningkatkan pengembangan UMKM. Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia, 4(3), 477-483. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>
- Fujiono, F., Zabadi, F., Hanayanti, C. S., & Rahmawati, R. R. (2024). Pemanfaatan Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran produk UMKM di Desa Bunder. J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 11(2), 89-93.
- Halizah, S. N., Darmawan, D., & Nuraini, R. (2023). Dinamika pembelian impulsif dalam live streaming: Peran kesan nilai. Jurnal Lima Daun Ilmu, 3(2), 13-24.
- Husain, T. K., Robbo, A., Amri, A. A., & Maskar, R. (2023). Penerapan profil bisnis Google untuk meningkatkan visibilitas online UMKM Kerang Celebes. Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(3), 303-310. <https://doi.org/10.54082/ijpm.210>
- Iskandar, I., Nasution, L. N., Nasution, D. P., & Khoir, R. (2024). Analisis peningkatan pemasaran online pariwisata berkelanjutan menggunakan Google My Business (GMB) (Studi kasus UMKM di Kelurahan Kampung Baru Kota Medan). Senashtek, 2(1), 371-375.
- Lestari, A. S., Wahyuningsih, N., Maharani, N., Sanjaya, L., Putra, A. P., & Khomariah, A. (2022). Penggunaan aplikasi Google Maps dan Imooji sebagai media promosi UMKM Desa Tiyaran. Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian, 2(3), 887-894.
- Novia, C., Aida, S., Zahro, D. A., & Lailiyah, A. (2023). PKM pendampingan literasi digital dan optimalisasi digital marketing sebagai media promosi keripik pisang. GUYUB: Journal of Community Engagement, 4(3), 286-304. <https://doi.org/10.33650/guyub.v4i3.7068>
- Nuraini, R., Gardi, B., & Darmawan, D. (2024). Application of accounting information systems in micro, small and medium enterprises. Bulletin of Science, Technology and Society,

3(1), 21-30.

Pratama, A. D., & Lestari, S. R. (2023). Peningkatan pemasaran produk UMKM melalui platform digital: Studi kasus UMKM di Kecamatan Tegalrejo. *Jurnal Pengembangan UMKM Indonesia*, 6(2), 45-58.

Puspitaningtyas, E., Yulianti, R., Firmansyah, M., Isnaini, L., Anwar, R., & Ardiansyah, R. (2024). Pengembangan UMKM dalam aplikasi Google Maps. *SIKAMA: Sinergi Akademisi dan Masyarakat*, 2(2), 63-68. <https://doi.org/10.61488/sikama.v2i2.54>

Putri, I. A., & Subekti, L. (2024). Peningkatan digitalisasi usaha mikro melalui platform marketplace di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Digital dan Bisnis*, 7(3), 134-141.

Rahman, F., & Widodo, H. (2024). Optimalisasi e-commerce untuk meningkatkan penjualan UMKM di era digital: Analisis kasus UMKM di Kota Yogyakarta. *Jurnal Teknologi dan Pemasaran Digital*, 5(1), 39-48.

Satria, Y., Sutrisno, H., Ambarwati, A., & Putri, D. A. (2024). Penghijauan lingkungan: Strategi partisipatif untuk mengoptimalkan penanaman tumbuhan. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian dan Kegiatan Masyarakat*, 2(4), 16-23. <https://doi.org/10.61132/aspirasi.v2i4.838>

Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109-118. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>

Wulansari, E., & Ahmad, M. S. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam pengembangan branding UMKM lokal di Kabupaten Sleman. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 201-210.