

Peningkatan Visibilitas UMKM Desa Nusawungu melalui Pembuatan Titik Lokasi di Google Maps

Enhancing the Visibility of UMKM in Nusawungu Village through Google Maps Location Pinning

Ulil Albab ¹, Afrina Syafriyanti ^{2*}, Kurnia Anoem Milandea ³, Anisah Fitri ⁴, Raissa Aldora ⁵, Amelia Kartika ⁶, Mardiasyah ⁷, Meitha Yesi Rahmawati ⁸, Ika Yulida Hakim⁹

¹⁻⁹Universitas Muhammadiyah Lampung, Indonesia

E-mail: afrinaa.fina123@gmail.com ^{2*}

Jl. ZA. Pagar Alam No.14, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung, Indonesia 35132

*Korespondensi Penulis

Riwayat Artikel:

Diterima: 20 Juli 2025

Direvisi: 10 Agustus 2025

Disetujui: 31 Agustus 2025

Terbit : 03 September 2025

Keywords: Assistance; Digital marketing; Google Maps; Location digilization; MSMEs.

Abstract. This community service program aims to enhance the visibility and competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Nusawungu Village through the creation of business location pins on Google Maps. The background of this initiative lies in the main challenges faced by local entrepreneurs, namely limited access to marketing channels and low digital exposure. Many businesses have been operating for years but remain difficult to find due to the absence of a clear digital identity, particularly on online maps. Therefore, this program focuses on utilizing Google Maps as an effective, low-cost, and accessible promotional medium. The program adopts the Participatory Action Research (PAR) method, emphasizing the active involvement of MSME actors in each implementation stage. The process began with mapping and collecting data on existing businesses, followed by classifying them into categories such as culinary, crafts, services, and trade. The next steps included filling in complete addresses, determining accurate coordinates, and uploading business and product photos. Verification of Google Maps profiles was then carried out to ensure that the businesses became officially accessible to the public. Furthermore, participants received guidance on adding supporting information, including operating hours, contact numbers, and social media links. The results demonstrated that all registered MSMEs successfully created active Google Maps profiles with complete information. The outcomes include increased consumer accessibility in locating businesses, recognizing available products or services, and directly contacting owners. This implementation has proven to make a significant contribution to market reach expansion and the strengthening of digital marketing strategies without requiring additional financial costs. These findings align with previous studies affirming the effectiveness of Google Maps as a promotional tool and a means of empowering MSMEs in rural areas. Moreover, this initiative opens opportunities for further development through integration with other digital platforms.

Abstrak. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Nusawungu melalui pembuatan titik lokasi usaha di Google Maps. Latar belakang kegiatan ini didasarkan pada permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM, yaitu keterbatasan akses pemasaran dan rendahnya eksposur digital. Banyak usaha yang telah berjalan cukup lama

namun sulit ditemukan konsumen karena tidak memiliki identitas digital yang jelas, khususnya di peta daring. Oleh karena itu, kegiatan ini difokuskan pada pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi yang efektif, murah, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Metode yang digunakan dalam program ini adalah Participatory Action Research (PAR), yang menekankan keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam setiap tahapan pelaksanaan. Proses dimulai dengan pendataan unit usaha yang ada di Desa Nusawungu, dilanjutkan dengan klasifikasi kategori usaha sesuai bidangnya, seperti kuliner, kerajinan, jasa, dan perdagangan. Tahap berikutnya adalah pengisian alamat lengkap, penentuan titik koordinat yang akurat, serta pengunggahan foto usaha dan produk. Selanjutnya dilakukan verifikasi profil Google Maps agar usaha dapat diakses secara resmi oleh publik. Tidak hanya itu, pelaku UMKM juga diberikan pendampingan untuk menambahkan informasi pendukung, seperti jam operasional, nomor kontak, serta tautan media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh UMKM yang terdata berhasil memiliki profil usaha aktif di Google Maps dengan informasi yang lengkap. Dampak yang dirasakan antara lain meningkatnya kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, mengenal produk atau layanan, dan menghubungi pemilik secara langsung. Implementasi ini terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap perluasan jangkauan pasar dan penguatan strategi pemasaran digital, tanpa memerlukan biaya tambahan. Temuan ini sejalan dengan literatur sebelumnya yang menegaskan efektivitas Google Maps sebagai sarana promosi dan pemberdayaan UMKM di wilayah pedesaan, sekaligus membuka peluang pengembangan lebih lanjut melalui integrasi dengan platform digital lain.

Kata Kunci: Digitalisasi lokasi; Google Maps; Pemasaran digital; Pendampingan; UMKM

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor strategis dalam perekonomian nasional yang berperan sebagai penopang utama pertumbuhan ekonomi dan penyerap tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor ini memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Hapsari et al., 2024). Peran tersebut menegaskan bahwa keberlangsungan UMKM tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, melainkan juga pada penguatan struktur sosial dan pembangunan daerah (Husaini et al., 2023).

Namun, dinamika transformasi digital menghadirkan tantangan baru bagi UMKM. Rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi, dan kurangnya pendampingan menyebabkan sebagian besar pelaku usaha, khususnya di pedesaan, belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal untuk promosi dan pengembangan usaha (Aushafina & Wikartika, 2023). Kondisi ini semakin memperlebar kesenjangan daya saing UMKM antara wilayah perkotaan dan pedesaan. Oleh karena itu, digitalisasi dipandang sebagai strategi penting agar UMKM mampu beradaptasi dengan perkembangan pasar yang semakin kompetitif (Tampubolon et al., 2024).

Salah satu bentuk digitalisasi yang relatif sederhana namun efektif adalah pemanfaatan Google Maps. Pencantuman titik lokasi usaha pada platform digital tersebut terbukti mampu meningkatkan visibilitas, memperkuat identitas bisnis, serta memudahkan konsumen dalam menemukan dan mengakses produk atau layanan yang ditawarkan (Rahmanida et al., 2025). Hasil penelitian lain juga menunjukkan bahwa integrasi Google Maps dengan sistem pembayaran digital dan e-commerce berkontribusi signifikan dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi transaksi, serta memperkuat strategi pemasaran berbasis teknologi

(Hidajat et al., 2024). Selain itu, pemanfaatan Google Maps sebagai sarana promosi memiliki pengaruh positif terhadap penjualan UMKM (Pambudi et al., 2023). Kemudian, menurut studi penelitian oleh (Rohim et al., 2022) juga menegaskan bahwa Google Maps bukan sekadar direktori digital, melainkan bagian dari ekosistem promosi digital yang berdampak positif pada pendapatan UMKM. Hal ini juga terbukti meningkatkan daya saing serta pertumbuhan ekonomi lokal (Ramadhani, 2024).

Kendati potensinya yang besar tersebut, kurangnya tingkat pemanfaatan Google Maps di wilayah pedesaan masih relatif rendah. Di Desa Nusawungu, misalnya, sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki identitas digital berupa titik lokasi usaha di Google Maps. Kondisi tersebut berimplikasi pada rendahnya jangkauan pasar dan terbatasnya akses konsumen terhadap produk lokal (Diyana & Putra, 2025). Untuk menjawab permasalahan ini, program pengabdian masyarakat melalui pendampingan pembuatan titik lokasi UMKM di Google Maps dipandang sebagai solusi strategis. Program ini tidak hanya berfokus pada pendaftaran lokasi usaha, tetapi juga pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola profil digital secara mandiri dan berkelanjutan.

Seperti yang sudah dilakukan oleh (Rasidin et al., 2024), dalam konteks peningkatan visibilitas digital, penyuluhan kepada pelaku UMKM di Desa Hiang membuahkan hasil yang sangat signifikan. Lebih dari 90% peserta lulus evaluasi akhir dan 84% berhasil mendaftar usahanya di Google Maps pasca-intervensi pelatihan. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan partisipatif dan praktik langsung sangat efektif dalam memberdayakan UMKM. Selain itu, pelatihan pemanfaatan Google Maps mampu meningkatkan *awareness* teknologi digital dengan antusiasme tinggi dari peserta (Syafitri et al., 2024).

Dengan latar belakang tersebut, program “Satu Titik di Maps, Seribu Peluang untuk UMKM” diharapkan mampu meningkatkan visibilitas UMKM Desa Nusawungu, memperkuat daya saing melalui pemanfaatan teknologi digital, serta memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini ditujukan bagi seluruh pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang berada di Desa Nusawungu, Kecamatan Banyumas, Kabupaten Pringsewu, Lampung. Fokus utama kegiatan adalah memanfaatkan Google Maps sebagai sarana promosi sekaligus memperluas jangkauan pasar, sehingga mampu memperkuat perekonomian lokal, mendorong kemandirian pelaku usaha dalam mengelola informasi bisnis, serta menciptakan ekosistem digital yang menghubungkan pelaku usaha dengan konsumen di

wilayah tersebut. Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR), yakni pendekatan yang berangkat dari identifikasi masalah yang dihadapi masyarakat, kemudian merumuskan sekaligus menerapkan solusi yang tepat untuk mengatasinya (Julina et al., 2024). Hasil identifikasi menunjukkan bahwa permasalahan utama UMKM di Desa Nusawungu adalah rendahnya tingkat pemasaran digital, terutama pada layanan pemetaan Google Maps. Kondisi ini membuat calon konsumen kesulitan menemukan lokasi usaha maupun informasi terkait, sehingga diperlukan pendampingan dalam pembuatan titik lokasi bisnis yang akurat dan informatif. Program ini hadir sebagai jawaban atas permasalahan tersebut.

Adapun proses pelaksanaan pembuatan titik lokasi bisnis di Google Maps dilakukan melalui beberapa tahapan. Langkah pertama adalah mengisi nama dan kategori bisnis. Nama usaha dituliskan sesuai yang ingin ditampilkan di Google, misalnya “BRILINK SURATI”, kemudian dipilih kategori bisnis yang paling sesuai dengan jenis usaha, seperti kategori “Layanan perbankan bisnis”. Pemilihan kategori menjadi penting karena membantu Google mengenali bidang usaha sekaligus memudahkan pelanggan menemukan bisnis melalui pencarian.

Langkah kedua yaitu menentukan apakah bisnis memiliki lokasi fisik yang dapat dikunjungi pelanggan, seperti toko atau kantor. Jika opsi “Ya” dipilih, maka alamat akan ditampilkan di Google Maps dan dapat diakses langsung oleh konsumen. Selanjutnya, pada langkah ketiga, pelaku usaha diminta mengisi alamat lengkap bisnis, misalnya negara Indonesia, alamat Jl. Raya Sriwaylangsep RT.02/RW.02, kota Pringsewu, provinsi Lampung, serta kode pos 34671.

Pada langkah keempat, sistem Google akan menampilkan daftar bisnis serupa atau yang terdeteksi berada di sekitar lokasi. Jika usaha belum ada dalam daftar tersebut, maka dipilih opsi “Tidak satu pun” untuk melanjutkan pendaftaran. Setelah itu, masuk pada langkah kelima, yaitu menentukan titik lokasi di peta. Penanda lokasi (pin merah) harus ditempatkan tepat di lokasi usaha dengan bantuan fitur perbesar atau perkecil untuk memperoleh titik yang akurat.

Tahapan berikutnya, langkah keenam, adalah menjawab apakah bisnis menyediakan layanan pengantaran atau kunjungan ke rumah/kantor pelanggan. Pada contoh ini dipilih “Tidak” karena layanan hanya tersedia di lokasi. Kemudian, pada langkah ketujuh, pelaku usaha mengisi detail kontak berupa nomor telepon agar pelanggan dapat menghubungi secara langsung. Jika tersedia, alamat website juga dapat dicantumkan, meskipun bersifat opsional.

Langkah kedelapan yaitu mengatur notifikasi dan tips dari Google. Opsi “Ya” dipilih agar pemilik usaha selalu mendapatkan pembaruan informasi dan tips untuk optimasi bisnis. Selanjutnya, pada langkah kesembilan, Google meminta proses verifikasi bisnis untuk memastikan pengelolaan yang sah. Metode verifikasi dapat berbeda-beda, namun dalam contoh

ini digunakan pengiriman kode verifikasi melalui pos ke alamat yang didaftarkan. Kartu pos biasanya tiba dalam beberapa hari kerja dan berisi kode unik yang harus dimasukkan di halaman Google Business.

Selain kode, Google juga dapat meminta rekaman video sebagai bukti keberadaan usaha. Oleh karena itu, langkah kesepuluh adalah merekam detail bisnis. Video harus dibuat dalam satu pengambilan tanpa terputus dan memenuhi tiga syarat utama, yaitu menunjukkan area sekitar bisnis (seperti jalan, rambu, atau toko lain di sekitarnya), menampilkan papan nama permanen yang sesuai dengan nama usaha, serta memperlihatkan akses ke area khusus staf atau aktivitas yang hanya bisa dilakukan oleh pemilik/pegawai resmi, misalnya membuka kunci pintu atau mengoperasikan kasir. Setelah direkam, langkah kesebelas adalah mengunggah video tersebut ke sistem Google. Status akun kemudian berubah menjadi “Video Anda sedang ditinjau”, dengan waktu peninjauan maksimal lima hari kerja.

Berlanjut ke langkah kedua belas, pelaku usaha menunggu persetujuan dari Google. Jika video dinilai valid, maka titik lokasi bisnis akan diverifikasi dan tampil di Google Maps. Jika terdapat kekurangan, Google akan memberikan notifikasi untuk perbaikan atau perekaman ulang. Setelah itu, pada langkah ketiga belas, pelaku usaha diminta menambahkan foto bisnis yang memperlihatkan bagian luar dan dalam usaha, produk, maupun layanan yang ditawarkan. Foto yang jelas dan terang akan membantu pelanggan mengenali lokasi.

Langkah keempat belas adalah menambahkan deskripsi singkat mengenai bisnis, misalnya jenis layanan, produk yang dijual, atau keunikan usaha. Deskripsi ini dapat ditulis hingga 750 karakter, meskipun cukup dengan 1–2 kalimat informatif, seperti: “Agen BRILink dan menjual parfum”.

Agar proses verifikasi lebih optimal, Google juga memberikan beberapa tips perekaman pada langkah kelima belas, seperti merencanakan isi video agar semua persyaratan tercakup, menjaga durasi sekitar 1–2 menit, memulai dari bagian luar bangunan lalu masuk ke dalam untuk menunjukkan interior dan papan nama, serta menghindari perekaman wajah atau dokumen sensitif.

Setelah itu, langkah keenam belas adalah melakukan perekaman dan mengunggah video sesuai tips tersebut, dengan status yang kembali berubah menjadi “Video Anda sedang ditinjau” hingga lima hari kerja.

Untuk memastikan unggahan lancar, pada langkah ketujuh belas, pelaku usaha harus menjaga koneksi internet tetap stabil hingga proses unggah selesai 100%. Jangan menutup aplikasi atau browser sebelum proses selesai. Setelah semua tahapan tersebut, Google biasanya memberikan opsi tambahan. Pada langkah kedelapan belas, ditawarkan layanan Google

Workspace berupa domain kustom, email bisnis, penyimpanan cloud, hingga fitur kolaborasi. Layanan ini opsional sehingga dapat dilewati.

Langkah kesembilan belas adalah menambahkan jam operasional bisnis, yang mencakup hari dan jam buka-tutup. Informasi ini membantu pelanggan mengetahui waktu layanan. Jadwal dapat diatur sama untuk semua hari atau berbeda sesuai kebutuhan. Setelah itu, masuk pada langkah kedua puluh, di mana Google menawarkan promo berupa kredit iklan (misalnya Rp 3.000.000) yang dapat digunakan melalui Google Ads. Pelaku usaha bisa memilih untuk mengklaim atau melewati opsi ini.

Tahapan terakhir adalah langkah kedua puluh satu, yaitu meninjau kembali profil yang sudah diisi. Pada tahap ini, seluruh informasi mulai dari nama bisnis, alamat, foto, jam operasional, hingga kontak diperiksa agar sesuai. Setelah proses selesai, titik lokasi usaha akan resmi muncul di Google Maps maupun Google Search. Sebagai contoh, pencarian dengan kata kunci “BRILINK SURATI” akan menampilkan profil bisnis lengkap, ulasan pelanggan, status buka/tutup, foto lokasi, alamat, serta tombol interaktif seperti Telepon, Rute, Bagikan, dan Simpan.



Gambar 1. Hasil dari pembuatan titik di Google Maps pada salah satu UMKM

Pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan ini diantaranya kajian literature dan dokumentasi.

Kajian Literatur

Kajian literatur adalah kegiatan penelusuran dan pengumpulan referensi dari karya ilmiah yang memiliki validitas dan dapat dipertanggungjawabkan. Aktivitas ini bertujuan untuk mengidentifikasi literatur serta penelitian terdahulu yang relevan sebagai dasar konseptual dalam suatu kajian (Kurniati & Jailani, 2023).

Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses penyediaan dokumen yang didasarkan pada bukti yang valid melalui pencatatan dari berbagai sumber. Dokumentasi juga dipahami sebagai kegiatan sistematis untuk merekam, menyimpan, serta mengklasifikasikan informasi dalam berbagai bentuk, baik berupa teks tertulis, foto, gambar, maupun video (Hasan, 2022).

Tahapan pelaksanaan kegiatan dilaksanakan secara sistematis sebagai berikut:

(1) Identifikasi Masalah: Dilakukan pendataan awal terhadap UMKM untuk mengetahui kebutuhan dan kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya terkait keberadaan titik lokasi usaha pada Google Maps. (2) Pendampingan Teknis: Memberikan Pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai urgensi digitalisasi lokasi usaha serta manfaat yang diperoleh dari penggunaan Google Maps sebagai media promosi dan peningkatan visibilitas. (3) Penambahan Informasi Pendukung: Meliputi pembuatan titik lokasi usaha di Google Maps dengan langkah-langkah inti, seperti pengisian data identitas usaha, pemilihan kategori bisnis, penentuan koordinat lokasi, hingga proses verifikasi akun. (4) Evaluasi dan Tindak Lanjut: Dilakukan peninjauan hasil pendampingan untuk memastikan titik lokasi telah aktif dan dapat diakses publik, sekaligus memberikan arahan agar pelaku UMKM mampu memperbarui serta mengelola profil digitalnya secara mandiri dan berkelanjutan.

3. HASIL

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Nusawungu menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM pada awalnya belum memiliki titik lokasi usaha di Google Maps. Kondisi tersebut disebabkan oleh keterbatasan literasi digital masyarakat, sehingga pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana promosi belum optimal. Akibatnya, konsumen mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi usaha serta memperoleh informasi terkait produk maupun layanan yang tersedia.

Melalui kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa, UMKM di Desa Nusawungu berhasil memperoleh profil usaha digital yang aktif di Google Maps. Seluruh titik lokasi yang dibuat telah dilengkapi dengan identitas usaha, kategori bisnis, alamat lengkap,

koordinat geografis, jam operasional, serta dokumentasi visual berupa foto pendukung. Keberadaan profil usaha digital ini terbukti mempermudah konsumen dalam mengakses informasi, mengenali produk atau layanan, sekaligus meningkatkan aksesibilitas komunikasi dengan pemilik usaha.

Hasil evaluasi pasca-pendampingan menunjukkan bahwa mayoritas UMKM telah mampu mengelola profil digitalnya secara mandiri, termasuk melakukan pembaruan informasi sesuai dengan perkembangan usaha. Capaian ini merefleksikan peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap urgensi digitalisasi lokasi usaha serta pemanfaatannya sebagai media promosi yang efektif. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan jumlah UMKM Desa Nusawungu yang terdaftar di Google Maps, memperkuat visibilitas digital, dan memperluas jangkauan pasar tanpa menimbulkan beban biaya tambahan bagi pelaku usaha.

Selain itu, capaian ini memperlihatkan bahwa digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps berkontribusi langsung terhadap peningkatan keterlihatan UMKM di ruang digital. Studi Syafitri et al. (2024) menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan Google Maps mampu meningkatkan literasi digital pelaku usaha serta mendorong antusiasme mereka dalam mengadopsi teknologi promosi berbasis lokasi. Temuan ini juga konsisten dengan Avista & Langit (2025) yang menunjukkan bahwa literasi digital menjadi faktor kunci dalam mendorong kemandirian UMKM untuk mengelola identitas digital dan memperkuat daya saing di era transformasi digital.

4. DISKUSI

Kegiatan pengabdian melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan di Desa Nusawungu, Kecamatan Banyumas, Kabupaten Pringsewu, Lampung. Kegiatan ini terlaksa dengan baik sesuai dengan apa yang direncanakan. Seluruh tahapan dilaksanakan secara langsung di lokasi, mulai dari pendataan identitas usaha, penentuan kategori bisnis, pengisian alamat lengkap, penyesuaian koordinat, hingga penambahan jam operasional dan foto usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh UMKM yang terdata telah berhasil memiliki titik lokasi yang aktif di Google Maps, sehingga informasi usaha dapat diakses publik secara luas. Keberadaan titik lokasi ini mempermudah calon konsumen dalam menemukan alamat usaha, mengenal jenis produk atau layanan yang ditawarkan, dan menghubungi pemilik usaha.

Dokumentasi kegiatan menunjukkan keterlibatan mahasiswa dalam mendampingi pelaku UMKM secara langsung pada setiap tahapan pembuatan titik lokasi. Pada foto pertama terlihat mahasiswa bersama salah satu pelaku usaha setelah proses pembuatan titik lokasi berhasil ditampilkan di Google Maps. Momen ini menjadi bukti nyata bahwa pelaku UMKM

di Desa Nusawungu dapat memiliki identitas digital yang mempermudah promosi usaha mereka. Sementara itu, pada foto kedua terlihat mahasiswa memberikan pendampingan teknis berupa pengisian data usaha, penentuan kategori bisnis, hingga verifikasi titik lokasi. Pendampingan ini bertujuan agar pelaku usaha tidak hanya sekedar memiliki titik lokasi, tetapi juga mampu memahami langkah-langkah pengelolaan akun Google Maps secara mandiri. Dengan cara ini, UMKM dapat terus memperbarui informasi usahanya sesuai perkembangan, sehingga kehadiran digital mereka tetap relevan dan bermanfaat bagi konsumen.



Gambar 2. Dokumentasi bersama pelaku UMKM setelah usaha berhasil terdaftar di Google Maps.



Gambar 3. Pendampingan verifikasi titik lokasi oleh mahasiswa agar pelaku usaha dapat menggunakan Google Maps secara mandiri.

Selain itu, hasil kegiatan ini juga sejalan dengan penelitian Hidajat et al. (2024) yang menegaskan bahwa pemanfaatan dan Google Maps dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan efisiensi promosi tanpa biaya besar. Pemanfaatan ini menunjukkan bahwa pencantuman usaha di Google Maps memberikan efektivitas promosi yang lebih tinggi dibandingkan dengan media pemasaran konvensional, karena konsumen dapat langsung mengakses lokasi dan informasi usaha melalui pencarian daring (Febrian et al., 2024; Mardiansyah et al., 2023). Hal ini juga dapat memperkuat kepercayaan melalui fitur ulasan dan rating yang dinilai efektif memperluas jangkauan pasar dan mendorong penjualan (Kasnelly et al., 2025).

Kemudian, penelitian Diyana & Putra (2025) pada kasus “Keripik Ubi Faizah” juga mendukung temuan ini, yang mana digitalisasi profil usaha melalui Google Maps dan Google Business berhasil meningkatkan visibilitas serta penjualan secara signifikan. Digitalisasi dan edukasi literasi digital yang dilakukan ini, sebagaimana ditekankan oleh Avista & Langit (2025),

memainkan peran penting dalam memperkuat daya saing UMKM dengan menggabungkan pengembangan kapasitas internal dan adaptasi teknologi (teori RBV & DOI) sehingga mendorong kemandirian digital pelaku usaha secara berkelanjutan. Selain itu, program literasi digital yang bertujuan memberdayakan masyarakat termasuk pelaku UMKM melalui pendidikan pengelolaan e-commerce dan pemanfaatan teknologi telah terbukti memperluas akses pasar dan meningkatkan kapasitas ekonomi lokal (Oktafiani et al., 2025). Dengan demikian, program ini memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan keberadaan digital UMKM di Desa Nusawungu. Proses pembuatan titik lokasi yang relatif mudah dan tanpa biaya menjadikannya solusi yang dapat diadopsi secara mandiri oleh pelaku UMKM, khususnya di wilayah pedesaan, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

Keseluruhan literatur ini memperkuat temuan di Nusawungu: digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps adalah intervensi low-cost, namun high-impact. Temuan lapangan dan studi ilmiah menunjukkan bahwa Google Maps memainkan peran multifaset sebagai media promosi, alat legitimasi, dan media peningkatan literasi digital. Selain itu, upaya ini memiliki kapasitas untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat posisi UMKM dalam ekosistem digital.

5. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Nusawungu melalui pembuatan titik lokasi UMKM di Google Maps berhasil memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan visibilitas digital pelaku usaha. Seluruh UMKM yang terlibat telah memiliki profil usaha yang aktif dan terverifikasi, dilengkapi dengan informasi dasar berupa nama usaha, kategori, alamat, koordinat, jam operasional, serta foto pendukung. Keberadaan profil digital tersebut tidak hanya memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, tetapi juga meningkatkan peluang akses pasar dan memperluas jaringan pemasaran.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa proses digitalisasi lokasi usaha dapat dilakukan dengan tahapan yang sederhana, tidak membutuhkan biaya tambahan, namun menghasilkan dampak yang signifikan terhadap daya saing UMKM. Penerapan metode *Participatory Action Research* (PAR) terbukti efektif karena memungkinkan pelaku UMKM untuk terlibat secara aktif dan memperoleh keterampilan praktis dalam mengelola profil digital mereka secara mandiri. Temuan ini menegaskan pentingnya literasi digital bagi UMKM pedesaan sebagai fondasi dalam menghadapi persaingan bisnis di era transformasi teknologi.

Dengan demikian, program ini dapat dijadikan sebagai model strategis yang dapat direplikasi di wilayah lain, khususnya desa-desa dengan karakteristik serupa, untuk memperkuat identitas digital UMKM sekaligus mendorong pembangunan ekonomi lokal yang

inklusif dan berkelanjutan. Ke depan, kolaborasi yang lebih luas antara perguruan tinggi, pemerintah desa, serta pemangku kepentingan terkait sangat dianjurkan agar pendampingan semacam ini dapat terus berkelanjutan dan memberikan dampak jangka panjang bagi pemberdayaan UMKM.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada seluruh pelaku UMKM Desa Nusawungu yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari pendataan hingga pengelolaan profil usaha di Google Maps. Penghargaan juga diberikan kepada perangkat Desa Nusawungu atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan selama proses pelaksanaan program, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Universitas Muhammadiyah Lampung, khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), yang telah memberikan dukungan administratif dan akademik. Tidak lupa, apresiasi yang tinggi disampaikan kepada seluruh tim mahasiswa KKN yang telah bekerja secara kolaboratif, berdedikasi, dan konsisten mendampingi pelaku UMKM dalam proses digitalisasi usaha. Tanpa dukungan dari seluruh pihak tersebut, program pengabdian ini tidak mungkin terlaksana dengan baik serta mencapai hasil yang optimal.

REFERENSI

- 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>
- Avista, D. R., & Langit, U. A. S. (2025). Literasi digital dan penguatan UMKM: Tinjauan teoritis terhadap strategi pemberdayaan di daerah terpencil. *Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2), 55–60.
- 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, 282–289. <https://doi.org/10.59435/gjpm.v3i1.1339>
- 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.
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa peran UMKM terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 53–62. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>

- Hasan, H. (2022). Pengembangan sistem informasi dokumentasi terpusat pada STMIK Tidore Mandiri. *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi dan Komputer)*, 2(1), 23–30.
- Hidajat, S., Amaliyah, F. D., Arindi, A. P., Kamilah, Q. M., Suprpto, S. A. A., Suryanto, A. F., Anggita, N., Tarigan, F. Y. B., Dewi, G. C. M., & Cantika, C. N. (2024). Pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Domas dengan aplikasi Google Maps. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 3(1), 354–360.
- Husaini, M., Raudah, S., & Amaliya, M. (2023). Implementasi program perluasan jangkauan UMKM di Kabupaten Balangan. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(6), 2134–2139. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i6.1027>
- Julina, J., Ramadhani, A. F. B., Wulandari, A. P., Pratiwi, I. F., Yuniarti, D., Adnan, D., Ayu, A. S., Anggraini, A. O., Rizalu, M. R. R., & Khotimah, R. P. (2024). Pemilahan sampah menghasilkan produk yang bernilai di Desa Cemani Kabupaten Sukoharjo. *Prosiding Webinar Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.23917/abdimas.5286>
- Kasnelly, S., Elisa, P., Rahmadani, N., Raniasa, F., Karomah, S., & Mirza, F. (2025). Penerapan Google Maps dan media sosial sebagai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM Mavia Angkringan. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1), 85–94. <https://doi.org/10.51226/eksyda.v5i1.733>
- Kurniati, D., & Jailani, M. S. (2023). Kajian literatur: Referensi kunci, state of art, keterbaruan penelitian (novelty). *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.50>
- Mardiansyah, D., Fikri, I., Fauziyah, N., Fridayanti, A., Andini, P., Arrahman, B., Andrica, F., Islami, M. F., Manik, M. M., & Armyssa, R. (2023). Penambahan lokasi UMKM dan tempat umum ke dalam Google Maps di Nagari Tanjung Bonai Aur Kecamatan Sumpur Kudus. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 4849–4855.
- Oktafiani, D., Kusumastuti, R., Putra, T. D., & Turmudi, H. (2025). Pemberdayaan masyarakat desa melalui literasi digital dan penggunaan e-commerce. *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 581–588.
- Pambudi, M. S., Wiska, M., Purwanto, K., & Gusteti, Y. (2023). Analisis pemanfaatan Google Maps sebagai sarana promosi terhadap penjualan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Nagari Koto Padang. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(5), 1562–1571.
- Rahmanida, S. E., Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., & Rahmawati, R. (2025). Penguatan identitas dan aksesibilitas UMKM melalui digitalisasi lokasi usaha di Google Maps sebagai strategi digital dalam meningkatkan jangkauan konsumen. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 147–153. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177>
- Ramadhani, W. A. (2024). Mendorong transformasi digital UMKM melalui optimalisasi lokasi usaha menggunakan platform Google Maps. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Rasidin, M., Nilda, E., Novianto, W., & Syarif, D. (2024). Penyuluhan pemanfaatan Google Maps untuk meningkatkan visibilitas usaha bagi pelaku UMKM di Desa Hiang,

Kecamatan Setinjau Laut. *Rangguk: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 128–132.

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), 14–29. <https://doi.org/10.37849/mipi.v5i2.314>

Syafitri, R., Harly, A. Y., & Kurniawan, R. (2024). Sosialisasi dan pelatihan penggunaan QRIS dan Google Maps terhadap pengusaha nasi liwet di Desa Duwet. *Jurnal Abdimas UM Jambi*, 1(2), 93–101. <https://doi.org/10.53978/jaum.v1i2.446>

Tampubolon, M. V. R., Ramadhan, M. F., Rizky, Y. P., Putri, N. A., & Adzka, N. A. (2024). Upaya transformasi digital UMKM Desa Kalipecabean dengan optimalisasi QRIS, Google Maps, dan e-commerce. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 91–97. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i3.3066>