

Optimalisasi Pemanfaatan Google Maps sebagai Strategi Pemasaran Digital UMKM di Era Digital Kelurahan Pesantren

^{a*} Alfin Yusuf Isnawan Prayoga¹, R. Muhammad Wachyu Fajar Sidik², Elsha Ulfatun Ni'mah³, Merlinda Yahya⁴, Tesa Eviara Justycia⁵, Aldora Rahma Septia⁶, Stephani Apriliana Thomas⁷, Opsiarta Mahatma Gandhi⁸, Cendekia Intan Pertiwi⁹, Friska Nevinta¹⁰, Vera Jeniartha¹¹, Deys Aishara Angelina¹², Muh. Wahyu Eko Prastyo¹³

^aUniversitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak—Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan Google Maps sebagai strategi pemasaran digital berbasis lokasi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Pesantren. Permasalahan yang dihadapi UMKM di wilayah ini adalah rendahnya visibilitas digital akibat belum terdaftar atau tidak akuratnya informasi lokasi usaha pada Google Maps, sehingga menyulitkan konsumen, khususnya pendatang dari luar wilayah, dalam menemukan lokasi usaha. Metode pengabdian yang digunakan meliputi identifikasi dan verifikasi data UMKM, sosialisasi pemanfaatan Google Maps, pendampingan teknis pendaftaran dan pembaruan informasi usaha, serta evaluasi kondisi sebelum dan sesudah pendampingan. Teknik analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan perubahan status pendaftaran, keakuratan titik lokasi, dan kelengkapan informasi usaha pada Google Maps. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya Google Maps sebagai media pemasaran digital. Sejumlah UMKM yang sebelumnya tidak terdaftar atau memiliki informasi yang tidak lengkap, setelah pendampingan berhasil memiliki penanda lokasi yang akurat dan informasi usaha yang lebih lengkap. Kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan visibilitas digital UMKM serta peluang usaha untuk lebih mudah dikenal dan dijangkau oleh konsumen.

Kata Kunci—UMKM; Google Maps; pemasaran digital; visibilitas usaha; pengabdian masyarakat

Abstract—This community service activity aims to optimize the use of Google Maps as a location-based digital marketing strategy for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Kelurahan Pesantren. The main problem faced by MSMEs in this area is low digital visibility due to businesses not being registered on Google Maps or having inaccurate location information, which makes it difficult for consumers especially visitors from outside the area to find business locations. The methods used in this community service include MSME data identification and verification, socialization on the use of Google Maps, technical assistance for business registration and information updates, and evaluation of conditions before and after the assistance. The analysis technique was carried out using a descriptive qualitative approach by comparing changes in registration status, location point accuracy, and completeness of business information on Google Maps. The results show an increase in MSME owners' understanding of the importance of Google Maps as a digital marketing medium. Several MSMEs that were previously unregistered or had incomplete information were successfully registered with accurate location markers and more complete business information after the assistance. This activity provides a positive contribution to improving MSMEs' digital visibility and increasing opportunities for businesses to be more easily recognized and accessed by consumers.

Keywords— MSMEs; Google Maps; digital marketing; business visibility; community service

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Corresponding Author:

Sucipto,
Sistem Informasi,
Universitas Nusantara PGRI Kediri,
Email: sucipto@unpkediri.ac.id



I. PENDAHULUAN

Mobilitas masyarakat yang semakin tinggi serta meningkatnya ketergantungan terhadap teknologi digital menyebabkan kebutuhan akan informasi lokasi usaha menjadi semakin penting, khususnya bagi masyarakat dari luar wilayah desa atau kelurahan. Google Maps berperan dalam mempermudah masyarakat yang melintas, berkunjung ke rumah kerabat, atau singgah sementara di suatu wilayah untuk menemukan lokasi usaha lokal secara akurat dan efisien, termasuk dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makanan, toko, bengkel, dan layanan lainnya (Muhajir, 2025). UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan nasional, khususnya dalam mendorong pembangunan ekonomi. Keberadaan UMKM menempati posisi yang penting dan strategis dalam struktur perekonomian nasional karena kontribusinya terhadap pertumbuhan dan pemberdayaan masyarakat. maka dari itu, optimalisasi UMKM perlu dikembangkan dengan salah satu faktor pendukungnya adalah pemasaran melalui digital yaitu Google Maps (Bstract, 2024). Keberadaan serta keakuratan informasi UMKM pada Google Maps menjadi faktor penting dalam membantu konsumen menemukan usaha yang dibutuhkan, mengingat platform ini tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk arah, tetapi juga sebagai media pencarian dan promosi usaha berbasis lokasi yang dapat memengaruhi keputusan konsumen (Hidayah, 2025).

Kelurahan Pesantren merupakan wilayah dengan jumlah pelaku UMKM yang cukup banyak dan bergerak di berbagai bidang usaha. Namun, berdasarkan hasil observasi dan pendataan selama kegiatan KKN, sekitar 50% UMKM di wilayah ini belum terdaftar pada Google Maps. Selain itu, beberapa UMKM yang telah terdaftar masih menghadapi permasalahan berupa ketidakakuratan titik lokasi, informasi usaha yang tidak lengkap, serta minimnya deskripsi dan foto pendukung. Kondisi tersebut menyebabkan UMKM sulit ditemukan oleh konsumen dari luar wilayah meskipun secara fisik berada di lokasi yang strategis (Aisyahatul Kubra dkk., 2025). Hal ini berdampak pada tidak optimalnya pemanfaatan potensi pasar dari pendatang maupun pengunjung akibat rendahnya visibilitas UMKM di ranah digital (Rimadiaz & Hibatillah, 2023).

Keterbatasan pemanfaatan Google Maps tersebut menunjukkan adanya permasalahan serius pada aspek aksesibilitas dan visibilitas UMKM (OK dkk., 2025). Ketika UMKM tidak muncul atau memiliki titik lokasi yang keliru di Google Maps, konsumen berpotensi mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi usaha dan cenderung beralih ke usaha lain yang lebih mudah diakses. Kondisi ini menyebabkan peluang kunjungan dan transaksi UMKM menjadi berkurang meskipun usaha tersebut memiliki produk atau layanan yang kompetitif. Hal ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa kejelasan lokasi serta kelengkapan informasi digital, seperti nama usaha, jam operasional, dan deskripsi layanan, berperan penting dalam membangun kepercayaan dan kenyamanan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Hidajat dkk., 2025).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan Google Maps sebagai strategi pemasaran digital UMKM di Kelurahan Pesantren. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini meliputi pendampingan pendaftaran UMKM pada Google Maps, perbaikan titik lokasi usaha yang tidak akurat, serta pengisian dan pembaruan informasi usaha agar lebih lengkap dan menarik bagi konsumen.

Pendampingan dilakukan secara langsung kepada pelaku UMKM melalui pendekatan praktis agar mereka tidak hanya memahami manfaat Google Maps, tetapi juga mampu mengelola dan memperbarui informasi usaha secara mandiri sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan usaha.

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan terjadi peningkatan kesadaran dan literasi digital pelaku UMKM terhadap pentingnya pemanfaatan Google Maps sebagai media pemasaran berbasis lokasi. Dampak yang diharapkan tidak hanya berupa meningkatnya kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, khususnya bagi pendatang dari luar wilayah, tetapi juga peningkatan visibilitas dan citra usaha di ruang digital (Maryam dkk., 2025). Selain itu, pemanfaatan Google Maps secara optimal diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi persaingan usaha di era digital. Dengan demikian, optimalisasi Google Maps dapat menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang efektif dan berkelanjutan bagi UMKM di Kelurahan Pesantren.

II. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Pesantren dengan sasaran utama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sasaran kegiatan difokuskan pada UMKM yang belum terdaftar maupun yang telah terdaftar tetapi masih memiliki permasalahan pada informasi lokasi usaha di Google Maps, seperti ketidakakuratan titik lokasi dan ketidaklengkapan informasi usaha. Pemilihan sasaran didasarkan pada hasil identifikasi awal yang menunjukkan masih rendahnya pemanfaatan Google Maps sebagai media pemasaran digital oleh pelaku UMKM di wilayah tersebut. Pengabdian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu sebuah pengabdian yang menggambarkan dan menjelaskan suatu keadaan di lapangan / kondisi sosial sebagaimana pemaparannya berdasarkan karakteristik yang di teliti, tanpa menganalisis hubungan antarvariabel. Data pengabdian ini di peroleh dari hasil observasi dan wawancara mahasiswa dengan pelaku UMKM setempat dengan menganalisis mengenai pemasaran digital yang belum atau telah di lakukan sebelumnya (Syahrizal & Jailani, 2023).

Berdasarkan data awal yang diperoleh dari pihak kelurahan, tercatat sebanyak 356 UMKM yang tersebar di RW 1 hingga RW 7 di Kelurahan Pesantren. Namun demikian, data tersebut belum sepenuhnya mencerminkan kondisi lapangan, karena dalam proses observasi ditemukan beberapa UMKM yang belum tercatat dalam data kelurahan. Selain itu, tidak seluruh UMKM yang teridentifikasi dilakukan pendaftaran atau pembaruan data pada Google Maps, mengingat sebagian UMKM telah memiliki informasi yang sesuai atau tidak bersedia untuk dilakukan pendampingan.

1. Identifikasi dan Verifikasi Data

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan kegiatan identifikasi dan verifikasi data UMKM di Kelurahan Pesantren. Data awal UMKM diperoleh dari pihak kelurahan sebagai dasar pendataan, yang selanjutnya dikonfirmasi melalui koordinasi langsung dengan ketua RW setempat untuk memastikan keberadaan serta status usaha yang masih aktif di masing-masing wilayah. Proses ini bertujuan untuk memperoleh data UMKM yang valid dan akurat sebagai dasar pelaksanaan pendampingan pemanfaatan Google Maps.



Gambar 2. 1 konfirmasi dan verifikasi data UMKM bersama Ketua RW

Gambar 2.1 memperlihatkan proses konfirmasi dan verifikasi data UMKM yang dilakukan oleh tim pengabdian bersama ketua RW setempat. Kegiatan ini menjadi bagian penting pada tahap awal pengabdian untuk memastikan keakuratan data UMKM yang akan menjadi sasaran pendampingan. Melalui proses ini, tim memperoleh informasi mengenai lokasi usaha, status keaktifan UMKM, serta permasalahan awal terkait pemanfaatan Google Maps.

2. Sosialisasi dan Pendampingan

Pada tahap inti kegiatan, tim pengabdian melaksanakan sosialisasi dan pendampingan pemanfaatan Google Maps kepada pelaku UMKM di Kelurahan Pesantren. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya Google Maps sebagai sarana promosi dan pencarian usaha berbasis lokasi dalam mendukung pemasaran digital.



Gambar 2. 2 sosialisasi dan pendampingan pemanfaatan Google Maps

Gambar 2.2 menunjukkan pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pendampingan pemanfaatan Google Maps yang dilakukan secara tatap muka di lokasi usaha masing-masing UMKM. Dalam kegiatan ini, pelaku UMKM diberikan penjelasan mengenai pentingnya visibilitas digital dalam menarik konsumen, khususnya pendatang dari luar wilayah. Selain itu, pelaku UMKM juga memperoleh pendampingan teknis secara langsung, baik untuk pendaftaran usaha baru maupun pembaruan data usaha yang telah terdaftar di Google Maps. Berdasarkan hasil sosialisasi dan pendampingan tersebut, sebagian besar pelaku UMKM menyatakan kesediaannya untuk didaftarkan atau dilakukan perbaikan informasi usaha pada Google Maps.

3. Evaluasi dan Dokumentasi

Pada tahap evaluasi, tim pengabdian melakukan penilaian terhadap hasil pendampingan pemanfaatan Google Maps pada UMKM di Kelurahan Pesantren. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui perubahan kondisi pemanfaatan Google Maps oleh UMKM sebagai dampak dari kegiatan pendampingan yang telah dilakukan. Hasil evaluasi selanjutnya

didokumentasikan sebagai bentuk pertanggungjawaban kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Teknik analisis yang digunakan dalam kegiatan ini bersifat deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi pemanfaatan Google Maps oleh UMKM sebelum dan sesudah dilakukan pendampingan. Analisis difokuskan pada perubahan status pendaftaran usaha, keakuratan titik lokasi, serta kelengkapan informasi usaha pada Google Maps. Data diperoleh melalui observasi langsung dan dokumentasi selama proses pendampingan berlangsung.

Tabel 2. 1 Perbandingan Visibilitas UMKM di Google Maps Sebelum dan Sesudah



Tabel 2.1 menyajikan perbandingan kondisi visibilitas UMKM di Google Maps sebelum dan sesudah dilakukan pendampingan. Salah satu UMKM yang ditampilkan sebagai contoh representatif dalam tabel ini adalah Toko Indah Kurnia. Pada kondisi sebelum pendampingan, Toko Indah Kurnia belum terdaftar pada Google Maps sehingga tidak memiliki penanda lokasi maupun identitas usaha pada peta digital. Kondisi ini menunjukkan rendahnya aksesibilitas usaha secara digital yang berpotensi membatasi jangkauan konsumen. Setelah pendampingan dilakukan, UMKM tersebut telah terdaftar secara resmi di Google Maps dengan titik lokasi yang akurat serta informasi usaha yang jelas. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan visibilitas digital UMKM yang memungkinkan usaha lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendampingan pemanfaatan Google Maps berperan penting dalam mendukung strategi pemasaran berbasis lokasi bagi UMKM di Kelurahan Pesantren.

Kegiatan pengabdian ini melibatkan seluruh anggota tim KKN dengan pembagian peran yang meliputi pengumpulan data awal UMKM dari pihak kelurahan, konfirmasi dan verifikasi data ke masing-masing RW, observasi lapangan, sosialisasi, serta pendampingan teknis pemanfaatan Google Maps kepada pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama lima hari sebagai bagian dari pelaksanaan program kerja KKN di Kelurahan Pesantren. Indikator keberhasilan kegiatan ini ditunjukkan melalui meningkatnya jumlah UMKM yang terdaftar di Google Maps, perbaikan keakuratan titik lokasi usaha, serta meningkatnya kelengkapan informasi usaha yang ditampilkan pada Google Maps.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelurahan Pesantren merupakan salah satu wilayah dengan tingkat aktivitas ekonomi masyarakat yang cukup tinggi, yang ditandai dengan keberadaan berbagai pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor perdagangan, kuliner, jasa, serta usaha

rumahan. Letak Kelurahan Pesantren yang dilalui oleh mobilitas masyarakat dari luar wilayah menjadikan potensi pasar UMKM cukup besar. Namun demikian, berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh tim pengabdian, sebagian besar UMKM di wilayah ini belum memanfaatkan media digital secara optimal, khususnya Google Maps, sebagai sarana promosi dan penunjuk lokasi usaha. Kondisi tersebut menyebabkan aksesibilitas UMKM masih terbatas, terutama bagi konsumen pendatang yang mengandalkan pencarian usaha berbasis lokasi digital.

Berdasarkan hasil kegiatan identifikasi dan verifikasi data, diperoleh temuan bahwa dari 356 UMKM yang tercatat dalam data kelurahan, masih banyak pelaku UMKM yang belum terdaftar di Google Maps atau memiliki informasi lokasi usaha yang tidak akurat. Beberapa UMKM tidak muncul sama sekali dalam pencarian Google Maps, sementara sebagian lainnya memiliki titik lokasi yang tidak sesuai dengan posisi usaha sebenarnya. Selain itu, informasi usaha yang ditampilkan pada Google Maps cenderung masih minim, seperti tidak adanya deskripsi usaha, jam operasional, maupun foto pendukung. Temuan ini menunjukkan rendahnya visibilitas digital UMKM di Kelurahan Pesantren dan menjadi permasalahan utama yang melatarbelakangi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Hasil dari kegiatan sosialisasi dan pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya Google Maps sebagai media pemasaran digital berbasis lokasi. Berdasarkan data awal dengan jumlah 356 UMKM dari total keseluruhan UMKM yaitu 185 UMKM sudah terdaftar di Google Maps, 40 UMKM tercatat baru terdaftar, 60 UMKM tercatat belum terdaftar karena sudah tidak aktif, dan 71 UMKM tercatat sudah terdaftar, namun terdapat pembaharuan dikarenakan ketidaklengkapan dan tidak sesuai pada titik lokasi. Pelaku UMKM mulai menyadari bahwa keberadaan usaha di Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk arah, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas jangkauan pasar (Wulandari dkk., 2025). Melalui pendampingan teknis yang dilakukan secara langsung, sejumlah UMKM berhasil didaftarkan ke Google Maps atau dilakukan pembaruan informasi usaha, meliputi penyesuaian titik lokasi, penambahan nama usaha, pengisian deskripsi singkat, serta penambahan foto pendukung yang relevan.

Perubahan kondisi pemanfaatan Google Maps sebelum dan sesudah pendampingan dapat dilihat pada hasil evaluasi yang disajikan. Pada kondisi sebelum pendampingan, salah satu UMKM, yaitu Toko Indah Kurnia, belum terdaftar di Google Maps sehingga tidak memiliki penanda lokasi maupun identitas usaha pada peta digital. Kondisi ini menunjukkan rendahnya aksesibilitas usaha secara digital dan berpotensi menyebabkan usaha sulit ditemukan oleh konsumen. Setelah dilakukan pendampingan, UMKM tersebut telah terdaftar secara resmi di Google Maps dengan titik lokasi yang akurat serta informasi usaha yang lebih lengkap. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan visibilitas digital yang memungkinkan usaha lebih mudah ditemukan dan diakses oleh konsumen.

Hasil tersebut menguatkan pandangan bahwa pemanfaatan Google Maps berperan penting dalam mendukung strategi pemasaran digital UMKM, khususnya pada aspek pemasaran berbasis lokasi (*location-based marketing*) (Riansyah dkk., 2026). UMKM yang memiliki informasi lokasi yang jelas dan mudah diakses cenderung lebih dipercaya oleh konsumen serta memiliki peluang yang lebih besar untuk dikunjungi. Kejelasan lokasi dan kelengkapan informasi usaha pada Google Maps menjadi faktor penting dalam membantu konsumen dalam proses pencarian dan pengambilan keputusan, terutama bagi konsumen yang berasal dari luar wilayah Kelurahan Pesantren.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pendampingan pemanfaatan Google Maps mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas

digital UMKM di Kelurahan Pesantren. UMKM yang sebelumnya tidak terdaftar atau sulit ditemukan pada Google Maps, setelah dilakukan pendampingan, telah memiliki penanda lokasi yang jelas sehingga usaha dapat diketahui dan diakses oleh masyarakat secara lebih luas. Kondisi ini memungkinkan konsumen, khususnya pendatang dari luar wilayah, untuk mengetahui keberadaan usaha yang sebelumnya tidak terlihat secara digital. Meskipun tidak seluruh UMKM dapat didaftarkan atau diperbarui informasinya karena keterbatasan waktu dan kesediaan pelaku usaha, kegiatan ini tetap memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan peluang usaha untuk dikenal, dikunjungi, dan dijangkau oleh konsumen (Prasetyo dkk., 2025). Dengan demikian, optimalisasi Google Maps dapat menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang efektif dan mudah diterapkan oleh UMKM dalam menghadapi persaingan usaha di era digital.

IV. KESIMPULAN

1. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Pesantren menunjukkan bahwa optimalisasi pemanfaatan Google Maps dapat menjadi strategi pemasaran digital yang efektif bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Permasalahan utama yang dihadapi UMKM, yaitu rendahnya visibilitas digital akibat belum terdaftar atau tidak akuratnya informasi lokasi usaha di Google Maps, dapat diminimalkan melalui kegiatan pendampingan yang dilakukan secara langsung dan berbasis kebutuhan lapangan.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya Google Maps sebagai media pemasaran berbasis lokasi. UMKM yang sebelumnya tidak muncul atau sulit ditemukan pada Google Maps, setelah dilakukan pendampingan, telah memiliki penanda lokasi yang lebih akurat serta informasi usaha yang lebih lengkap. Kondisi ini memberikan peluang yang lebih besar bagi UMKM untuk dikenal, ditemukan, dan dijangkau oleh konsumen, khususnya konsumen pendatang dari luar wilayah Kelurahan Pesantren.

Meskipun kegiatan pengabdian ini belum mampu menjangkau seluruh UMKM yang ada karena keterbatasan waktu dan kesediaan pelaku usaha, pendampingan yang dilakukan tetap memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi digital dan visibilitas usaha UMKM. Dengan demikian, optimalisasi Google Maps terbukti sebagai solusi yang relatif mudah, murah, dan aplikatif dalam mendukung pemasaran digital UMKM di tingkat kelurahan.

Sebagai saran, kegiatan pengabdian serupa di masa mendatang diharapkan dapat dilakukan dalam jangka waktu yang lebih panjang agar menjangkau lebih banyak UMKM serta disertai dengan pendampingan lanjutan terkait pengelolaan ulasan, pembaruan konten usaha, dan integrasi dengan media digital lainnya. Selain itu, keterlibatan pihak kelurahan dan RW secara berkelanjutan juga diperlukan untuk menjaga keberlanjutan pendataan dan pembaruan informasi UMKM di Google Maps.

2. SARAN

Berdasarkan hasil pengabdian ini, disarankan bagi pengabdian selanjutnya menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran untuk mengukur dampak pemanfaatan Google Maps terhadap kinerja UMKM, seperti peningkatan kunjungan pelanggan dan omzet penjualan. Cakupan wilayah pengabdian juga perlu diperluas agar hasil dari pengabdian lebih presentatif.

Selain itu, pengabdian lanjutan dapat mengkaji faktor keberlanjutan pemanfaatan Google Maps oleh UMKM, termasuk tingkat integrasi Google Maps dengan media digital lain guna menilai efektifitas strategi pemasaran digital secara terpadu dan perkembangan usaha secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyahatul Kubra, C., Alisa, I., Tarigan, M. S. R., & Aisyah, S. (2025). Optimalisasi Pemetaan Digital Untuk Peningkatan Aksesibilitas UMKM Melalui Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5(1), 1–13.
- Bstract, A. (2024). *OPTIMALISASI USAHA MELALUI DIGITAL MARKETING DAN APLIKASI PEMBUKUAN DIGITAL DESA NGLETIH*. 5(01), 57–63.
- 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. (2025). Pengembangan: UMKM Pendampingan Digitalisasi UMKM Di Desa Domas Dengan Aplikasi Google Maps. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 4(01), 354–360.
- Hidayah, I. (2025). Peran Google Maps dalam meningkatkan visibilitas UMKM: Studi kasus di Kecamatan Cileungsi, Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 37–41.
- Maryam, M., Heatubun, F., & Rahaded, L. K. (2025). Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Volume Penjualan pada Usaha Fotokopi Mutiara Hati Manokwari. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1521–1528.
- Muhajir, A. (2025). PERAN GOOGLE MAPS DALAM MEMPERMUDAH AKSES DAN PROMOSI USAHA LOKAL DI WILAYAH DESA SUKANDEBI. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(5), 8863–8868.
- OK, A. H., Parulian, U., Lismawarni, L., Husna, T. A., & Andriani, P. (2025). Penguatan Branding UMKM Desa Melalui Digitalisasi Pemetaan Google Maps Pada Program KKN. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 5(2), 1918–1924.
- Prasetyo, E., Gitaurus, K. M., Cahyono, B. S., Fiyana, M. K., Khasanah, S. N., Malik, M. A., Syafa'at, A. A., Firdaus, I. I., Sofia, L., & Widiawan, J. (2025). Optimalisasi Teknologi Digital untuk Mendukung Daya Saing UMKM di Era Transformasi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Desa (JPMD)*, 6(2), 538–552.
- Riansyah, A., Syakhroni, A., Sagaf, M., & Damaivila, I. A. (2026). Implementasi Strategi Digital Branding Berbasis Hyperlocal SEO untuk Perluasan Jangkauan Konsumen UKM Kopi Jepara. *Abdimas Universal*, 8(1), 151–157.
- Rimadias, S., & Hibatillah, R. (2023). Pendampingan Dan Pembuatan Media Informasi, Qris Dan Google Maps Pada Umkm Warung Opa Pada Kawasan Kelapa Dua. *Asskruie: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 59–66.
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). *Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 1, 13–23.
- Wulandari, E., Aeni, S. N., Azahra, N. N., & Amruloh, D. A. G. (2025). Pemanfaatan Google Maps Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Umkm Sektor Kuliner Di Purwakarta: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 8344–8353.