

## Strategi Digitalisasi UMKM melalui Google Maps dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis

Silvia Nur Safitri & Rusdi Hidayat Nugroho

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

21042010162@student.upnjatim.ac.id

### ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian, tetapi masih menghadapi tantangan dalam adopsi teknologi digital yang dapat meningkatkan daya saing mereka. Salah satu platform digital yang potensial adalah Google Maps, yang tidak hanya berfungsi sebagai peta digital, tetapi juga sebagai alat pemasaran efektif melalui fitur Google My Business. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi digitalisasi menggunakan Google Maps dapat membantu UMKM, terutama warung makan, dalam meningkatkan visibilitas, interaksi dengan konsumen, dan penjualan. Metode yang digunakan adalah Project-Based Learning (PjBL), di mana UMKM diajarkan untuk mengoptimalkan penggunaan Google Maps dalam bisnis mereka. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah pelanggan, ulasan positif, serta keterlibatan konsumen setelah UMKM mengoptimalkan profil mereka di Google Maps. Selain itu, fitur Google My Business Insights memungkinkan UMKM untuk memantau perilaku konsumen secara real-time, sehingga mereka dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Meskipun banyak UMKM yang telah merasakan manfaatnya, tantangan dalam literasi digital masih menjadi penghambat, terutama di daerah pedesaan. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan intensif dan pendampingan yang lebih lanjut agar UMKM dapat memaksimalkan potensi Google Maps dalam transformasi digital mereka.

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi, Google Maps, Transformasi Digital, Daya Saing, Strategi Pemasaran.

### ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia play a vital role in the economy but still face challenges in adopting digital technology to enhance their competitiveness. One promising digital platform is Google Maps, which not only functions as a digital map but also as an effective marketing tool through its Google My Business feature. This study aims to analyze how digitalization strategies using Google Maps can help MSMEs, particularly small food businesses, improve visibility, customer interaction, and sales. The method used is Project-Based Learning (PjBL), where MSMEs are trained to optimize the use of Google Maps for their businesses. The results indicate a significant increase in customer numbers, positive reviews, and consumer engagement after MSMEs optimized their profiles on Google Maps. Additionally, the Google My Business Insights feature allows MSMEs to monitor consumer behavior in real-time, enabling them to create more effective marketing strategies. While many MSMEs have benefited from this, challenges in digital literacy remain a barrier, particularly in rural areas. Therefore, further intensive training and assistance are required for MSMEs to fully leverage Google Maps' potential in their digital transformation.

Keywords: MSMEs, Digitalization, Google Maps, Digital Transformation, Competitiveness, Marketing Strategy.



Hal: 1106-1116

## PENDAHULUAN

Di tengah perkembangan ekonomi global dan domestik, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat kemiskinan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Selain dianggap mempunyai peran yang signifikan terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia, UMKM juga dapat menyerap tenaga kerja dalam skala yang cukup besar (Cahya, 2023). Di Indonesia. Namun, meskipun memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian, UMKM sering kali menghadapi tantangan besar dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan teknologi yang terus berkembang. Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah rendahnya tingkat adopsi teknologi digital. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop) 2023 sekitar 35,5% UMKM di Indonesia yang telah menggunakan teknologi digital secara penuh dalam operasional bisnis mereka. Sebagian besar UMKM masih mengandalkan metode tradisional dalam pemasaran, manajemen, dan pengelolaan usaha, yang menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing. Transformasi digital yang melibatkan adopsi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadi penting bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di era digital. Memanfaatkan berbagai jenis media sosial yang mampu membantu penyebarluasan promosi produk menjadi lebih efektif dan luas serta merekrut pegawai bantuan yang berasal dari kerabat terdekat yang mampu dan mengerti mengenai pengolahan sistem promosi dan komunikasi konsumen (Zagoto, 2022).

Dalam lingkup komunikasi pemasaran, pemilihan media merupakan jembatan

penyeberangan pesan promosi yang akan disampaikan kepada konsumen (Pasaribu, 2020). Telekomunikasi merupakan hal yang sangat berpengaruh, baik dalam kehidupan masyarakat tapi juga dalam perkembangan ekonomi negara (Merdekawati, 2021). Pelaku usaha se bisa mungkin mampu dalam mendeskripsikan dengan menarik produk apa yang ditawarkan sehingga pasar dapat menerimanya dengan baik (Rohmah, 2022).

Di era transformasi digital ini, internet dan teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung operasional, tetapi juga menjadi sarana penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Penggunaan sosial media ini mengandalkan teknologi komunikasi dan informasi yang tentunya dapat memberikan pengetahuan tetapi di sisi lain dapat memengaruhi kendali manusia jika informasi yang didapat berupa informasi yang tidak benar (Putri, 2024). Salah satu alat digital yang sangat potensial dalam mendukung digitalisasi UMKM adalah Google Maps.

Google map merupakan layanan informasi berbentuk peta yang dikembangkan oleh perusahaan Google (Ardhianto, 2022). Google Maps adalah sebuah jasa peta globe virtual gratis dan online yang disediakan oleh Google. Sebuah platform peta digital yang menawarkan berbagai fitur bisnis yang dapat diakses oleh pengguna di seluruh dunia. Menurut data dari Statista (2023), Google Maps memiliki lebih dari 1 miliar pengguna aktif bulanan, menjadikannya platform yang sangat efektif untuk memperluas visibilitas bisnis lokal, termasuk UMKM.

Google Maps juga menjadi alat pemasaran yang kuat melalui integrasi dengan Google My Business. Selain berfungsi sebagai alat petunjuk atau rute, Google maps juga dapat digunakan sebagai media untuk mengembangkan bisnis

dengan mengetik nama toko online yang telah didaftarkan akan muncul informasi yang cukup lengkap seperti alamat, peta, situs website, dan nomor telepon pelaku usaha yang dapat dihubungi, hingga gambar atau foto yang mendeskripsikan toko tersebut (Fauziyyah, 2023). Fitur ini memungkinkan pemilik UMKM untuk mengelola profil bisnis mereka secara mandiri, termasuk menambahkan informasi seperti alamat, jam operasional, foto, ulasan pelanggan, serta kategori bisnis yang spesifik. Pengguna Google Maps dapat melihat profil bisnis UMKM, membaca ulasan, dan bahkan memberikan penilaian, yang secara langsung mempengaruhi reputasi dan kepercayaan terhadap bisnis tersebut. Optimalisasi penggunaan Google Maps melalui Google My Business dapat meningkatkan interaksi konsumen, memperbaiki visibilitas online, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan.

Transformasi digital melalui penggunaan Google Maps juga relevan dengan tren perilaku konsumen saat ini. Google Maps tidak hanya membantu pelanngan menemukan jalan agar tidak tersesat. Fitur ini juga dapat diandalkan dalam dunia bisnis karena membantu calon pelanggan menemukan lokasi bisnis (Ikerismawati, 2023). Sebagian besar konsumen modern mengandalkan teknologi digital untuk menemukan produk dan layanan lokal. Hal ini menunjukkan potensi besar bagi UMKM yang dapat memanfaatkan Google Maps untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan konversi penjualan.

Namun, meskipun peluang besar yang ditawarkan oleh digitalisasi, banyak UMKM masih belum sepenuhnya menyadari manfaat yang dapat diberikan oleh platform seperti Google Maps. Salah satu faktor penghambat utama adalah kurangnya pengetahuan digital dan keterbatasan infrastruktur, terutama di

daerah pedesaan. Sebuah laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia masih belum merata, dengan perbedaan yang signifikan antara daerah perkotaan dan pedesaan. Di sisi lain, UMKM yang telah mulai mengadopsi digitalisasi, khususnya melalui platform Google Maps, melaporkan peningkatan dalam jumlah pelanggan, peningkatan ulasan positif, serta penjualan yang lebih tinggi.

Berdasarkan paparan di atas, penting bagi UMKM untuk menyadari potensi transformasi digital melalui Google Maps sebagai salah satu strategi yang dapat meningkatkan daya saing mereka di era globalisasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi digitalisasi yang efektif melalui penggunaan Google Maps oleh UMKM, mengevaluasi dampaknya terhadap peningkatan daya saing, serta merumuskan rekomendasi tindakan yang dapat membantu UMKM mengoptimalkan platform ini. Adopsi Google Maps oleh UMKM dapat membantu meningkatkan daya saing diyang berkelanjutan.

Transformasi digital melalui platform peta digital ini juga memiliki korelasi langsung dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan perangkat mobile dan internet dalam pengambilan keputusan terkait produk atau layanan. Untuk bersaing dalam pasar yang semakin ketat, UMKM perlu mengambil langkah-langkah inovatif dan efektif (Rondonah, 2023). Oleh karena itu, Google Maps bukan hanya menjadi alat bantu navigasi, tetapi juga menjadi platform pemasaran penting yang dapat menghubungkan UMKM dengan pelanggan potensial secara lebih efisien.

Dalam konteks ini, digitalisasi bukan hanya sekadar adopsi teknologi, tetapi juga merupakan strategi untuk mengubah cara

operasional bisnis agar lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Melalui penggunaan Google Maps, UMKM dapat mengoptimalkan proses bisnis mereka, mulai dari pengelolaan lokasi usaha hingga promosi dan interaksi dengan pelanggan. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat di sektor kuliner.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi digitalisasi proses bisnis UMKM warung makan melalui Google Maps sebagai upaya untuk mempercepat transformasi digital dan meningkatkan daya saing. Google Maps merupakan aplikasi peta yang paling favorit dan dibekali fitur yang beraneka macam seperti: menyetel, mengedit, menemukan, dan memasang pin pada rute atau rumah ke alamat kantor. Justifikasi pengabdi dan mitra menghasilkan sebuah hasil diskusi, serta dilakukan pengamatan atau observasi di lapangan, maka disimpulkan solusi dari permasalahan mitra yaitu dengan meningkatkan pengetahuan tentang pemasaran dan media promosi untuk meningkatkan pelanggan dan lebih dikenal masyarakat luas (Lestari, 2022). Dengan menganalisis implementasi dan dampak penggunaan Google Maps, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pemilik UMKM dalam mengembangkan strategi digital yang efektif.

## **METODE PELAKSANAAN**

Bahan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini yaitu smartphone, Google maps, Google my Business, internet, dan cara-cara pendaftaran google maps dan menggunakan metode Project-Based Learning (PjBL), metode ini sangat cocok karena fokusnya pada pelaksanaan proyek nyata. Dalam konteks ini, implementasi google maps sebagai alat

digitalisasi pemasaran dan pengelolaan pelanggan dapat dijadikan sebagai proyek utama. UMKM warung makan akan belajar menggunakan google maps untuk mengelola pesanan, promosi, dan komunikasi pelanggan secara efektif. Proses ini akan memungkinkan mereka untuk memahami langkah-langkah teknis dan manfaat praktis dari alat tersebut melalui pengalaman langsung.

Bahan dan Metode berisi bahan utama yang digunakan dalam kegiatan pengabdian dan metode yang digunakan dalam memecahkan masalah, termasuk metode analisis.

## **Bahan**

Bahan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk strategi digitalisasi umkm melalui google maps dalam meningkatkan daya saing bisnis meliputi:

- a. Perangkat Teknologi: Smartphone: Sebagai perangkat utama untuk mengoperasikan google maps.
- b. Aplikasi maps dan akun email: Perangkat lunak yang digunakan untuk menjalankan strategi digital marketing dan pengelolaan pelanggan.
- c. Koneksi internet: Koneksi yang stabil untuk mengakses google maps dan mememberikan respon balik atas ulasan yang diberikan pelanggan
- d. Panduan penggunaan Google maps: Berisi cara penggunaan fitur-fitur maps seperti katalog produk, cara mengupdate foto dan membalas ulasan pelanggan.

Bahan yang ditulis di sini hanya bahan utama dan harus dilengkapi dengan merek Peralatan yang ditulis di bagian ini hanya berisi peralatan utama yang dilengkapi dengan merek yang digunakan untuk kegiatan pengabdian masyarakat.

## **Metode**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Project-Based Learning (PjBL) yang dirancang khusus bagi UMKM warung makan dalam menggunakan google maps untuk meningkatkan transformasi digital guna meningkatkan daya saing. PjBL diterapkan untuk memberdayakan keterampilan yang terkait dengan pemahaman global tentang desain basis data dan topik basis data lanjutan lainnya (Dahri, 2022). Adapun metode pelaksanaan yang dilakukan adalah:

a. Identifikasi Masalah atau Tantangan Usaha

Tahap pertama adalah mengidentifikasi masalah spesifik yang dihadapi oleh UMKM warung makan, seperti kurangnya eksposur online, kesulitan ditemukan oleh pelanggan lokal, atau keterbatasan dalam menjangkau pelanggan baru. Di sini, Google Maps diidentifikasi sebagai solusi potensial untuk memperbaiki visibilitas dan daya saing UMKM dalam peta digital.

b. Penetapan Tujuan Proyek

Setelah masalah teridentifikasi, ditetapkan tujuan yang jelas dan terukur. Tujuan ini harus sesuai dengan kapasitas dan kebutuhan UMKM, seperti meningkatkan visibilitas online, meningkatkan jumlah pelanggan yang datang dari hasil pencarian di Google Maps, atau meningkatkan peringkat ulasan untuk menarik lebih banyak pelanggan.

c. Perencanaan Strategi Digitalisasi melalui Google Maps

Pada tahap ini, dirancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dengan memanfaatkan fitur-fitur Google Maps. Langkah-langkah yang akan dilakukan mencakup: Mendaftarkan bisnis di Google My Business. Mengisi profil bisnis secara lengkap, termasuk deskripsi, jam operasional, dan foto. Mengoptimalkan penggunaan kata

kunci agar bisnis mudah ditemukan melalui pencarian lokal. Memanfaatkan fitur ulasan dan membangun interaksi dengan pelanggan.

d. Pelaksanaan Proyek

Pada tahap ini, UMKM mulai menerapkan strategi digitalisasi yang telah direncanakan. Pemilik usaha atau tim mereka mulai mengaktifkan dan mengelola profil Google My Business, serta memastikan bahwa bisnis mereka mudah ditemukan oleh pelanggan lokal yang mencari produk atau layanan terkait.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perkembangan teknologi yang pesat dapat imanfaatkan untuk mempermudah pengusaha UMKM untuk memperluas pemasaran produk yang dihasilkan. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran adalah media sosial (Suraya, 2021). Seiring dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan signifikan dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif seperti kurangnya eksposur online, kesulitan ditemukan oleh pelanggan lokal, atau keterbatasan dalam menjangkau pelanggan baru. Pertumbuhan UMKM memerlukan dukungan berbagai aspek, dari aspek regulasi, kebijakan, keuangan, kapasitas sumber daya manusia dan teknologi (Chairi, 2022).

Literasi Digital memerlukan kemampuan memahami dan menggunakan sumber informasi dalam berbagai format namun juga mampu mengoperasikan perangkat-perangkat yang mendukung (Resia, 2024). Model pendidikan literasi digital, pelatihan langsung merupakan pendekatan yang efektif untuk meningkatkan akses dan jangkauan UMKM desa (Hermawati, 2024). Di sini, Google Maps

diidentifikasi sebagai solusi potensial untuk memperbaiki visibilitas dan daya saing UMKM dalam peta digital. Dalam konteks ini, keberadaan platform digital seperti Google Maps menjadi penting untuk membantu UMKM meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Sebelum menerapkan strategi digitalisasi, banyak UMKM yang mengalami keterbatasan dalam hal aksesibilitas dan pengenalan kepada konsumen lokal, serta kesulitan dalam mengoptimalkan potensi pemasaran yang tersedia. Dengan menggunakan Google Maps, UMKM dapat menghadapi tantangan tersebut, memanfaatkan peluang yang ada untuk memperkuat posisi mereka di pasar.

Media belajar kegiatan ini menggunakan Handphone masing-masing pemilik UMKM yang sudah terintegrasi dengan kuota internet dan email. Google Maps menggunakan media smartphone android. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mitra pengabdian mengenai pengoptimalan teknologi tersebut sebagai alternatif media promosi (Insani, 2022). Aplikasi ini membutuhkan koneksi internet agar dapat berjalan optimal serta dapat dijadikan referensi untuk menemukan lokasi tertentu, sehingga memudahkan dalam perjalanan menuju tempat yang diinginkan (Zilfi, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak penerapan strategi digitalisasi melalui Google Maps terhadap daya saing UMKM. (Adzani, 2024). Hasil yang diperoleh dari penerapan strategi ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam beberapa aspek yang mendukung daya saing bisnis. Di bawah ini disajikan hasil-hasil utama dari penelitian ini:

Pengguna Google Maps cenderung mengandalkan hasil pencarian untuk

menemukan bisnis lokal yang sesuai dengan kebutuhan mereka, dan kehadiran bisnis di platform ini membantu UMKM untuk lebih mudah ditemukan. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah pencarian bisnis berdasarkan kata kunci spesifik terkait produk dan jasa mereka.

Terdapat kenaikan jumlah pelanggan setelah mengoptimalkan Google Maps. Ini menunjukkan bahwa Google Maps secara langsung berkontribusi terhadap kenaikan lalu lintas pelanggan yang datang ke lokasi usaha. Peningkatan ini terutama terlihat pada UMKM yang memiliki foto, ulasan, dan informasi bisnis yang lengkap serta responsif terhadap ulasan pelanggan.

UMKM juga mencatat peningkatan interaksi melalui ulasan pelanggan Google Maps aktif mendapatkan ulasan baru dari pelanggan. Ulasan ini tidak hanya memberikan feedback untuk peningkatan kualitas layanan, tetapi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan lain. UMKM yang responsif terhadap ulasan, baik positif maupun negatif, mampu membangun reputasi yang baik dan loyalitas pelanggan.

Penerapan Google Maps juga berdampak pada peningkatan efektivitas kampanye pemasaran digital. Fitur Google My Business Insights memungkinkan UMKM untuk memantau perilaku konsumen secara lebih mendetail, seperti jumlah pencarian, klik untuk mendapatkan arah, dan interaksi dengan profil bisnis. Berdasarkan data ini, UMKM dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, misalnya dengan menyesuaikan promosi sesuai waktu atau lokasi yang banyak dicari oleh pelanggan.

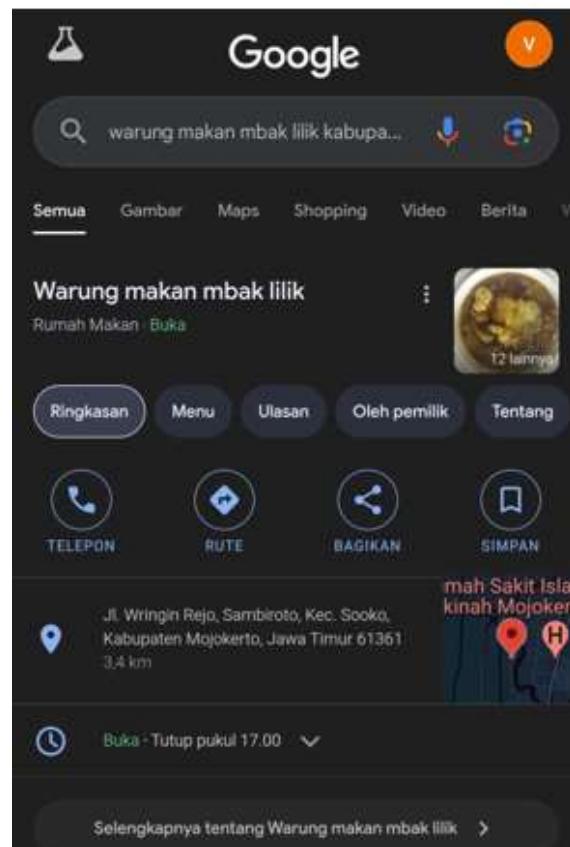
Strategi pemasaran produk merupakan suatu cara yang diciptakan dengan sebuah proses sosial dan manajerial yang dilakukan individu maupun kelompok untuk mencapai

sebuah target yang mereka inginkan terhadap produk yang telah mereka buat agar tercapainya sebuah strategi pemasaran produk yang optimal. (Sholicha, 2021)Strategi digitalisasi melalui Google Maps secara langsung mendukung peningkatan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif, terutama di sektor kuliner, ritel, dan jasa yang mengandalkan visibilitas lokal. Pembahasan ini berfokus pada efektivitas Google Maps dalam meningkatkan kehadiran digital, interaksi pelanggan, dan reputasi bisnis.

Peningkatan visibilitas dan daya saing lokal Google Maps berperan penting dalam memfasilitasi UMKM agar lebih terlihat oleh pelanggan lokal. Pengguna Google Maps cenderung mencari bisnis di sekitar lokasi mereka berdasarkan kebutuhan, dan UMKM yang terdaftar di platform ini lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Visibilitas lokal yang meningkat melalui pencarian berbasis lokasi sangat penting dalam menghadapi persaingan, terutama bagi UMKM yang bersaing dengan bisnis lebih besar atau waralaba yang memiliki anggaran pemasaran yang lebih besar. Hal ini memberi kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan eksposur digital tanpa perlu mengeluarkan biaya iklan yang besar.

Peran ulasan dalam membangun kepercayaan dan reputasi fitur ulasan di Google Maps menjadi alat yang sangat penting dalam membangun reputasi bisnis. Ulasan positif dari pelanggan yang puas dapat berfungsi sebagai referensi bagi calon pelanggan lain. Dalam konteks UMKM, ulasan dan rating yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Sebaliknya, pengelolaan ulasan negatif yang baik, misalnya dengan memberikan

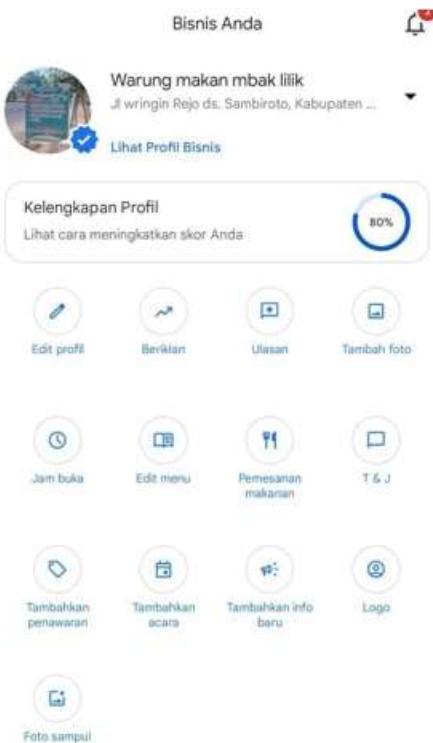
respon cepat dan solusi yang memuaskan, juga membantu membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.



Gambar 1 Google maps Warung Makan Mbak Lilik

Efektivitas informasi terkini dan akurat Google Maps memungkinkan UMKM untuk terus memperbarui informasi bisnis mereka secara real-time. Fitur ini sangat penting untuk menjaga keakuratan informasi yang ditampilkan kepada pelanggan, seperti jam operasional, produk, atau layanan yang tersedia. UMKM yang secara aktif memperbarui informasi di Google Maps lebih cenderung mendapat kunjungan pelanggan yang lebih tinggi, karena pelanggan dapat memastikan bahwa informasi yang mereka lihat sesuai dengan keadaan sebenarnya. Efisiensi ini juga mengurangi kesalahpahaman dan ketidaknyamanan yang mungkin timbul akibat informasi yang tidak akurat.

Penggunaan data untuk optimalisasi pemasaran Google Maps yang terhubung dengan Google My Business yang memberikan akses ke data yang memungkinkan UMKM untuk menganalisis perilaku pelanggan, seperti bagaimana pelanggan menemukan bisnis mereka (pencarian Google atau Google Maps), dan tindakan apa yang diambil oleh pelanggan setelah menemukan profil bisnis. Analitik ini membantu UMKM menyesuaikan strategi pemasaran mereka secara lebih efektif. Sebagai contoh, UMKM dapat menargetkan promosi pada waktu tertentu berdasarkan data perilaku pelanggan atau menyesuaikan strategi berdasarkan wilayah yang sering mengakses profil bisnis mereka.



Gambar 2 Tampilan Bisnis di Google Maps

Tantangan dalam mengoptimalkan Google Maps meskipun banyak UMKM mulai memanfaatkan Google Maps, ada beberapa tantangan dalam penggunaannya, terutama terkait literasi digital. Banyak pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam

memahami dan mengoptimalkan seluruh fitur yang disediakan oleh Google Maps. Selain itu, waktu dan sumber daya yang terbatas membuat sebagian UMKM kurang maksimal dalam mengelola ulasan atau memperbarui informasi secara berkala. Oleh karena itu, dibutuhkan pendampingan dan pelatihan yang lebih intensif agar UMKM dapat sepenuhnya memanfaatkan potensi Google Maps.

Tabel 1. Solusi dan pengabdian.

Masalah	Solusi	Luaran
Rendahnya literasi digital pada pelaku UMKM	Memberikan pelatihan intensif terkait penggunaan Google Maps dan Google My Business	Peningkatan pemahaman pelaku UMKM dalam platform digital untuk pemasaran dan interaksi pelanggan.
Kurangnya visibilitas online UMKM yang menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pelanggan baru	Membantu mendaftarkan dan mengoptimalkan profil bisnis di Google My Business, Google Maps termasuk pengelolaan ulasan dan foto bisnis	Peningkatan jumlah ulasan positif, serta penjualan dari pelanggan baru yang menemukan bisnis melalui Google Maps.
Kurangnya kemampuan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital berbasis data konsumen	Mengajarkan penggunaan fitur Google My Business Insights untuk memantau perilaku konsumen dan menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran	Peningkatan kemampuan UMKM dalam menggunakan data perilaku konsumen untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

Tabel 2. Perubahan yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian

Kondisi Awal	Intervensi	Kondisi Perubahan
UMKM Warung Makan yang diteliti memiliki visibilitas online yang rendah, belum mengoptimalkan penggunaan Google Maps untuk pemasaran digital, sehingga sulit ditemukan oleh pelanggan baru.	Memberikan pemahaman pelaku UMKM mengenai cara mendaftarkan bisnis di Google Maps melalui Google My Business, mengelola profil bisnis, mengoptimalkan kata kunci lokal, serta memanfaatkan fitur ulasan untuk memantau perilaku konsumen.	UMKM mengalami peningkatan visibilitas online yang signifikan, terlihat dari peningkatan jumlah pencarian di Google Maps. Terdapat peningkatan jumlah pelanggan baru yang datang melalui hasil pencarian Google Maps, serta peningkatan ulasan positif. UMKM juga lebih responsif terhadap ulasan pelanggan, yang berkontribusi pada peningkatan reputasi dan loyalitas pelanggan

## KESIMPULAN

Kesimpulan Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *Project-Based Learning* (PjBL), yang berfokus pada langkah-langkah pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, serta pelatihan kepada pelaku UMKM terkait optimalisasi penggunaan Google Maps. Implementasi metode ini melibatkan pelatihan intensif bagi pelaku UMKM, khususnya warung makan, dalam mengelola profil bisnis mereka di Google My Business, yang mencakup pendaftaran bisnis, optimalisasi deskripsi dan foto, serta pengelolaan ulasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan kontribusi utama berupa peningkatan signifikan dalam visibilitas online, interaksi pelanggan, dan peningkatan penjualan setelah UMKM memanfaatkan fitur-fitur

Google Maps secara optimal. Keberhasilan ini berdampak langsung pada peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi tantangan persaingan bisnis lokal maupun global, terutama di era digitalisasi yang berkembang pesat.

Namun, penelitian ini juga menghadapi beberapa keterbatasan. Salah satu keterbatasan utama adalah kurangnya literasi digital di kalangan beberapa pelaku UMKM, terutama di daerah pedesaan, yang mengakibatkan implementasi strategi digitalisasi tidak maksimal. Selain itu, keterbatasan infrastruktur teknologi seperti akses internet yang belum merata juga menjadi hambatan bagi beberapa UMKM dalam memanfaatkan Google Maps secara optimal. Meskipun pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman peserta, masih dibutuhkan pendampingan jangka panjang agar transformasi digital dapat berjalan secara berkelanjutan. Sebagai rekomendasi untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, diperlukan program pelatihan dan pendampingan yang lebih komprehensif serta berkesinambungan. Program ini sebaiknya mencakup materi yang lebih mendalam terkait pemanfaatan berbagai alat digital selain Google Maps, serta penguatan kapasitas digital secara keseluruhan. Pendampingan secara intensif juga diperlukan untuk membantu UMKM menghadapi kendala teknis maupun operasional yang mungkin timbul selama proses transformasi digital. Ke depan, cakupan kegiatan ini dapat diperluas untuk melibatkan lebih banyak sektor UMKM, tidak hanya di bidang kuliner tetapi juga sektor lainnya seperti ritel, jasa, dan kerajinan. Dengan melibatkan lebih banyak pelaku UMKM dari berbagai daerah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih luas dan signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM di tingkat nasional. Selain

itu, penggunaan platform digital lain yang terintegrasi dengan Google Maps, seperti Google Ads atau media sosial, juga dapat dieksplorasi lebih lanjut untuk meningkatkan strategi pemasaran digital UMKM secara holistik.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Administrasi Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan dukungan untuk penelitian ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Lilik, pelaku UMKM, atas ketersediaan dan keterlibatannya dalam penelitian ini. Partisipasi aktif dan kerjasama yang diberikan telah memberikan kontribusi yang sangat berarti dalam proses pengumpulan data dan implementasi strategi digitalisasi yang diteliti. Dukungan dan keterbukaan Ibu Lilik sangat membantu penulis dalam memperoleh wawasan yang mendalam tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM dalam memanfaatkan platform digital.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adzani, M. F. (2024). Pendayagunaan Digital Branding dengan Google Maps pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Desa Japanan. *Jurnal Gembira Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 4. <https://gembirapkmy.id/index.php/jurnal/article/view/557>
- Ardhianto, E. (2022). Pemanfaatan peta google sebagai sarana promosi melalui penandaan lokasi usaha rumahan di paguyuban warga lentera prigi mranggen demak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 78. Diambil kembali dari <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/intimas/article/view/8982/3583>
- Cahya, U. D. (2023). Sosialisasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Desa Basilam Baru Kecamatan Muara Tais-II Kabupaten Tapanuli Selatan. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 248. <https://www.researchgate.net/publication/376965734>
- Chairi, Z. (2022). Peningkatan Produktifitas UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing di Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 13(2), 345. Diambil kembali dari <https://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas/article/view/6730>
- Dahri, N. (2022). Problem and Project Based Learning (PPjBL) Model Pembelajaran Abad 21. Padang: Muharika Rumah Ilmiah.
- Fauziyyah, P. A. (2023). Pembuatan NIB Dan Aplikasi Google Maps Dalam Pengembangan UMKM Desa Kebondalem Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(4), 1838. Diambil kembali dari <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1214/903>
- Hermawati, S. (2024). Meningkatkan Akses dan Jangkauan UMKM Desa Melalui Model Pendidikan Literasi Digital. *Jurnal Indopedia Inovasi Pembelajaran dan Pendidikan*, 2(2), 306. Diambil kembali dari <https://indopediajurnal.my.id/index.php/jurnal/article/view/288>
- Ikerismawati, S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Sebani Kota Pasuruan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1298. <https://www.researchgate.net/publication/373743256>

**Jurnal Sinabis**  
**Volume 1 No 4 Agustus 2025**

---

- Insani, S. F. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google Maps. *Jurnal Warta LPM*, 25(1), 47. Diambil kembali dari <https://journals2.ums.ac.id/warta/article/view/596/200>
- Lestari, A. S. (2022). Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyaran. *Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 2(3), 888. Diambil kembali dari <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas/article/view/1459>
- Merdekawati, A. K. (2021). Pelatihan Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 66. Diambil kembali dari <https://www.researchgate.net/publication/356358533>
- Pasaribu, R. (2020). Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran UMKM. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(1), 35. Diambil kembali dari <https://journal.unika.ac.id/index.php/jkm/article/view/2848/pdf>
- Putri, N. S. (2024). Transformasi Melalui Literasi Digital: Peran Generasi Muda Dalam Mewujudkan Sdgs Dan Daya Saing Global. *Jurnal Indopedia Inovasi Pembelajaran dan Pendidikan*, 2(2), 349. Diambil kembali dari <https://indopediajurnal.my.id/index.php/jurnal/article/view/289>
- Resia, u. S. (2024). Membangun Masa Depan Digital: Inovasi Literasi Remaja Tasikmalaya Dan Sdgs 2030. *Jurnal Indopedia Inovasi Pembelajaran dan Pendidikan*, 2(2), 367. Diambil kembali dari <https://indopediajurnal.my.id/index.php/jurnal/article/view/295>
- Rohmah, A. N. (2022). Pemanfaatan Google My Business Sebagai Media Digital Marketing Pada Bukuan Fried Chicken. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(3), 38. Diambil kembali dari <https://pdfs.semanticscholar.org/11e3/718cc234131ebcd6130dbcfbec6cb1e27fac.pdf>
- Romdonah, U. K. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Dusun 3 Desa Pamanukan Melalui Pendaftaran Lokasi Usaha Di Google Maps. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 3(5), 57. Diambil kembali dari <http://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/3646/1415>
- Sholicha, N. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Umkm Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 1159. Diambil kembali dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/2286/1104>
- Suraya, F. (2021). Peran Digital Marketing dan Packaging dalam Meningkatkan Produktifitas UMKM di Desa Muntung, Kecamatan Candiroto, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Puruhita*, 3(2), 54. Diambil kembali dari <https://journal.unnes.ac.id/sju/puruhita/article/view/53100/20672>
- Zagoto, Y. (2022). Peran Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(1), 38. Diambil kembali dari <https://www.researchgate.net/publication/367813254>
- 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. Diambil kembali dari <https://123dok.com/document/yn9l8lpq>