

DIGITALISASI UMKM MELALUI PENDAFTARAN TITIK LOKASI USAHA PADA GOOGLE MAPS

¹Dina Aulia, ²Laura Natasya Saragih, ³Yabib Fikri Rambe, ⁴Zulfahri Salim, ⁵Marzuki

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

⁵Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email : ¹dinayaaa21@gmail.com, ²lauranatasya61@gmail.com,

³Yabibrambe19@gmail.com, ⁴salimzulfahri@gmail.com, ⁵marzuki1100000173@uinsu.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan membantu pelaku UMKM di Desa Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara, dalam meningkatkan kehadiran digital melalui pendaftaran titik lokasi usaha di Google Maps. Kegiatan ini dilaksanakan oleh mahasiswa UIN Sumatera Utara dengan menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR). Sebanyak lima UMKM berhasil didaftarkan dan diverifikasi oleh pihak Google. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa digitalisasi sederhana melalui Google Maps dapat memperluas jangkauan promosi, meningkatkan keterhubungan usaha dengan wisatawan, serta menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya teknologi dalam pengembangan ekonomi desa wisata.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Google Maps.

Abstract

This community service activity aims to assist MSME owners in Bukit Lawang Plantation Village, Bahorok District, Langkat Regency, North Sumatra Province in enhancing their digital presence through business location registration on Google Maps. The program, conducted by students of the State Islamic University of North Sumatra, applied the Participatory Action Research (PAR) method. Five MSMEs were successfully registered and verified by Google. The results indicate that simple digitalization through Google Maps can expand business visibility, improve connectivity with tourists, and raise awareness of technology's role in supporting rural economic development.

Keywords: Digitalization, MSMEs, Google Maps.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital dalam menopang perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai lebih dari 65 juta unit usaha, yang menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta mampu menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di berbagai sektor. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penopang ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan sosial dan pemerataan kesejahteraan masyarakat, terutama di wilayah pedesaan.

Keterbatasan akses terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, serta kurangnya dukungan pelatihan menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan potensi digitalisasi (Rohim et al., 2022). Banyak pelaku usaha di desa masih mengandalkan promosi tradisional seperti spanduk, rekomendasi lisan, atau pelanggan tetap di lingkungan sekitar. Padahal, di tengah transformasi digital global, kemampuan untuk hadir di ruang digital menjadi faktor penting untuk bertahan dan berkembang.

Digitalisasi UMKM tidak selalu berarti penggunaan sistem yang kompleks atau biaya besar. Justru, langkah-langkah sederhana seperti pencantuman lokasi usaha di Google Maps dapat menjadi pintu masuk utama menuju digitalisasi yang lebih luas. Dengan tercantumnya usaha di platform digital seperti Google Maps, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen baru, meningkatkan kredibilitas usaha, dan memperkuat eksistensi bisnisnya di ranah daring. Melalui platform ini, calon pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha, membaca ulasan pelanggan, serta melihat foto produk dan jam operasional. Artinya, kehadiran di Google Maps merupakan strategi promosi yang murah, mudah, namun berdampak signifikan bagi pelaku usaha kecil (Adibah & Kusumasari, 2023).

Desa Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara, merupakan salah satu desa dengan potensi ekonomi dan pariwisata yang cukup tinggi. Desa ini dikenal sebagai desa wisata alam yang memiliki tempat pemandian air sungai yang jernih dan alami, serta panorama lingkungan yang masih asri. Setiap akhir pekan dan musim liburan, kawasan pemandian di desa ini ramai dikunjungi wisatawan lokal dari berbagai daerah di Sumatera Utara. Kehadiran wisatawan tentu memberikan peluang ekonomi yang besar bagi masyarakat sekitar, terutama bagi pelaku UMKM yang menjual produk makanan, minuman, jasa parkir, serta oleh-oleh khas daerah.

Namun, potensi ekonomi tersebut belum diimbangi dengan kemampuan promosi yang optimal. Berdasarkan hasil observasi awal tim mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Desa Perkebunan Bukit Lawang belum memiliki kehadiran digital, baik di media sosial maupun di aplikasi peta digital seperti Google Maps. Akibatnya, wisatawan dari luar daerah kerap kesulitan menemukan lokasi tempat makan, toko, atau penginapan, meskipun sebenarnya lokasinya berdekatan dengan area wisata. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi yang besar dengan kemampuan adaptasi digital masyarakat.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada penerapan digitalisasi sederhana melalui pendaftaran titik lokasi usaha UMKM di Google Maps. Langkah ini merupakan bentuk konkret pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi yang mudah dipahami dan tidak membutuhkan biaya besar. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat mulai memiliki identitas digital yang dapat diakses secara global. Kegiatan ini sejalan dengan visi pemerintah dalam program “UMKM *Go Digital*”, yang menargetkan seluruh pelaku usaha kecil di Indonesia dapat memanfaatkan teknologi untuk memperluas pemasaran dan mempercepat pertumbuhan ekonomi berbasis digital.

Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM di Desa Perkebunan Bukit Lawang dapat memanfaatkan platform digital untuk memperkenalkan usaha mereka secara luas,

sekaligus memperkuat citra Desa Perkebunan Bukit Lawang sebagai destinasi wisata yang ramah, informatif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses transformasi aktivitas manual menjadi berbasis teknologi untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan daya saing (Aushafina & Wikartika, 2023). Dalam konteks ekonomi, digitalisasi membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar tanpa batas geografis. Digitalisasi berperan sebagai katalisator ekonomi inklusif karena memungkinkan pelaku usaha kecil mempromosikan produknya dengan biaya rendah (Hasan et al., 2022).

Digitalisasi adalah proses transformasi aktivitas bisnis dari bentuk analog ke ranah digital mengubah cara usaha beroperasi menjadi berbasis teknologi dan platform daring. Perubahan perilaku konsumen masa kini, yang cenderung mengutamakan kemudahan berbelanja dari rumah, menghindari kerumunan, dan mencari pengalaman transaksi yang cepat, menuntut pelaku UMKM menyesuaikan model usahanya agar tetap relevan dan memenuhi ekspektasi pelanggan (Al Farisi & Fasa, 2022).

Dalam konteks pedesaan, digitalisasi menjadi tantangan tersendiri. Selain keterbatasan akses internet, rendahnya literasi teknologi masyarakat menjadi penghambat utama. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan partisipatif seperti pendampingan atau pelatihan sederhana agar masyarakat dapat memahami manfaat langsung dari teknologi tersebut. Salah satu bentuk digitalisasi yang paling sederhana adalah pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, yang dapat membantu konsumen mengenal dan menemukan usaha dengan mudah.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah unit usaha yang memiliki peran signifikan dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan ekonomi nasional (Fauziyya et al., 2023). UMKM dianggap sebagai tulang punggung ekonomi masyarakat karena fleksibilitas dan kemampuannya bertahan di tengah ketidakpastian ekonomi. Akan tetapi, permasalahan klasik seperti keterbatasan modal, akses pasar, dan minimnya pengetahuan digital sering kali menjadi penghambat pertumbuhan UMKM (Ramadhany et al., 2023).

Aktivitas di sektor UMKM membuka lapangan kerja bagi angkatan kerja yang belum terserap, sehingga membantu menurunkan angka pengangguran. Perkembangan usaha mikro juga menciptakan peluang kerja baru yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan rumah tangga dan mengurangi tingkat kemiskinan. Dengan demikian, pertumbuhan UMKM berkontribusi pada peningkatan produk domestik, penyerapan tenaga kerja, serta pemerataan hasil pembangunan yang lebih dirasakan oleh masyarakat luas (Syahputra et al., 2023).

Dalam konteks pengabdian masyarakat, pendampingan terhadap UMKM perlu difokuskan pada kegiatan yang aplikatif, sederhana, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pengenalan platform digital seperti Google Maps menjadi salah satu bentuk dukungan nyata agar pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasarnya tanpa perlu biaya besar.

Google Maps

Google Maps bukan sekadar alat untuk menampilkan peta atau menentukan rute — layanan ini juga dilengkapi fitur-fitur tambahan yang mendukung kegiatan usaha. Salah satu fitur pentingnya adalah Google My Business, yang memberi peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pemasaran. Dengan mendaftarkan usaha pada layanan tersebut, pemilik UMKM dapat menyediakan informasi lengkap bagi calon konsumen, seperti alamat, situs web, jam operasional, serta ulasan dari pelanggan sebelumnya. Karena konsumen umumnya melakukan pengecekan sebelum memutuskan membeli, keberadaan profil usaha di Google My Business membuat lokasi usaha otomatis terhubung dengan Google Maps dan lebih mudah ditemukan. Hal ini memudahkan konsumen yang ingin mengunjungi lokasi secara langsung dan memanfaatkan navigasi Google Maps untuk menuju ke tempat usaha. Manfaat platform peta digital ini tidak hanya dirasakan oleh usaha kecil bisnis skala besar pun mendapatkan keuntungan serupa. Saat seseorang mencari nama toko di Google, biasanya akan muncul data terperinci berupa alamat, peta, situs web, nomor kontak, dan gambar produk atau toko. Google Maps berkontribusi besar terhadap perkembangan usaha dengan menjadi sumber utama pencarian informasi, memperluas eksistensi bisnis secara online, mempermudah interaksi dengan pelanggan, serta meningkatkan visibilitas di mesin pencari (Hidajat et al., 2024)

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR). Metode PAR menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Pendekatan ini digunakan karena relevan dengan tujuan pengabdian masyarakat, yaitu memberdayakan masyarakat agar mampu mengatasi permasalahan mereka secara mandiri melalui partisipasi langsung (Rahmanida et al., 2025).

Dalam penelitian ini, mahasiswa bertindak sebagai fasilitator dan pendamping yang membantu pelaku UMKM di Desa Tangkahan, Kabupaten Langkat, dalam mengenali permasalahan yang mereka hadapi yaitu minimnya kehadiran digital usaha mereka di platform daring seperti Google Maps. Permasalahan ini berdampak pada rendahnya visibilitas dan daya saing usaha di era digital. Proses penelitian dilakukan melalui empat tahapan siklus PAR yang berlangsung secara berulang dan reflektif, yaitu:

1. Observasi dan Identifikasi Masalah

Pada tahap awal, dilakukan pengamatan langsung terhadap kondisi lapangan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM, khususnya terkait keterbatasan akses terhadap platform digital. Selain observasi, dilakukan pula wawancara informal untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai kendala dan kebutuhan para pelaku usaha.

2. Perencanaan Tindakan

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, tim mahasiswa bersama masyarakat menyusun rencana kegiatan yang berfokus pada pendaftaran titik lokasi usaha di Google Maps. Tahap ini juga meliputi penyusunan jadwal, pembagian peran, dan penentuan indikator keberhasilan kegiatan.

3. Pelaksanaan Kegiatan (*Action*)

Tahap ini merupakan implementasi dari rencana yang telah disusun, di mana mahasiswa mendampingi langsung para pelaku UMKM dalam proses pembuatan akun, pengisian informasi usaha, hingga pendaftaran lokasi menggunakan fitur “*Add a Missing Place*” di aplikasi Google Maps.

4. Refleksi dan Evaluasi

Setelah pelaksanaan, dilakukan refleksi bersama untuk menilai hasil kegiatan, mengidentifikasi keberhasilan maupun kendala yang muncul, serta merumuskan rekomendasi untuk perbaikan di masa mendatang.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui: Observasi lapangan, untuk mengetahui kondisi nyata UMKM. Wawancara informal, untuk menggali persepsi, pengalaman, dan kebutuhan masyarakat. Dokumentasi, berupa foto, tangkapan layar proses pendaftaran, dan hasil verifikasi Google Maps. Seluruh data dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggambarkan hasil kegiatan secara naratif untuk memahami proses, tantangan, serta dampak yang dirasakan oleh masyarakat setelah adanya kegiatan pendampingan digitalisasi ini.

TAHAPAN PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tangkahan, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara, pada tanggal 24 Agustus 2025, oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) UIN Sumatera Utara. Pendekatan pelaksanaan yang digunakan adalah pendampingan langsung (*direct assistance*), di mana mahasiswa berinteraksi dan berkolaborasi dengan pelaku UMKM setempat secara intensif. Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

1. Survei dan Pendataan Awal



Tahap pertama dilakukan observasi untuk mengidentifikasi dan mendata pelaku UMKM yang aktif beroperasi di wilayah Desa Tangkahan. Hasil survei menunjukkan terdapat lima pelaku usaha yang dinilai layak untuk didaftarkan pada platform Google Maps berdasarkan kriteria: memiliki lokasi usaha tetap, produk yang jelas, dan jam operasional yang teratur. Selain itu, dilakukan juga wawancara singkat untuk mengetahui tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi digital.

2. Pendaftaran Titik Lokasi Usaha di Google Maps



Pada tahap ini, setiap pelaku UMKM didampingi dalam proses pembuatan atau pembaruan lokasi usaha menggunakan fitur “Add a Missing Place” di aplikasi Google Maps. Informasi yang dimasukkan meliputi nama usaha, kategori bisnis, alamat lengkap, nomor telepon, jam operasional, serta foto lokasi usaha. P dilakukan langkah demi langkah agar pelaku UMKM dapat memahami cara mengelola akun bisnisnya secara mandiri setelah kegiatan berakhir.

3. Verifikasi dan Dokumentasi



Setelah pendaftaran dikirim, lokasi akan menunggu proses verifikasi dari pihak Google sebelum resmi muncul di peta publik. Selama tahap ini, tim KKN melakukan dokumentasi kegiatan, termasuk foto proses pendaftaran, bukti pengajuan, serta tangkapan layar hasil akhir setelah lokasi terverifikasi. Dokumentasi ini tidak hanya berfungsi sebagai bukti kegiatan, tetapi juga menjadi bahan evaluasi dan laporan capaian program.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Nama Usaha	Lampiran Dokumentasi Google Maps
Seblak Prasmanan Mafaza Food	
Es Teller 45 Bukit Lawang	
Warung Es Teller dan Klonjong Atika 2R	

Warung Jajanan Rein'z	
Warung Buk Sofie	

Tabel 1 Lampiran UMKM yang berhasil didaftarkan pada Google Maps.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Tangkahan, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara berlangsung dengan baik dan memperoleh respon positif dari perangkat desa, pelaku UMKM, serta masyarakat sekitar. Kegiatan yang berfokus pada pendaftaran titik lokasi usaha di Google Maps ini dinilai sangat bermanfaat karena mampu menjawab permasalahan nyata yang dihadapi pelaku usaha kecil, yaitu minimnya kehadiran digital dan keterbatasan akses promosi online.

Secara umum, kegiatan pendampingan berjalan lancar sejak tahap perencanaan hingga evaluasi akhir. Mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator aktif yang membantu pelaku UMKM dalam proses pendaftaran digital, mulai dari pengumpulan data usaha hingga verifikasi oleh pihak Google. Sebanyak lima pelaku UMKM lokal berhasil didaftarkan di platform Google Maps dan kini telah dapat diakses secara publik.

1. Kondisi Sebelum Kegiatan

Sebelum kegiatan dilakukan, mayoritas pelaku UMKM di Desa Tangkahan masih memiliki tingkat literasi digital yang rendah. Hasil wawancara awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memahami fungsi Google Maps selain sebagai alat navigasi. Mereka belum menyadari potensi besar peta digital dalam meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan pasar. Kondisi ini umum terjadi di daerah pedesaan, di mana akses informasi dan pengetahuan teknologi masih terbatas. Akibatnya, usaha kecil cenderung hanya dikenal oleh masyarakat sekitar tanpa memiliki eksposur yang lebih luas.

Sebagai contoh, pemilik Warung Buk Sofie salah satu peserta kegiatan mengaku bahwa sebelum usahanya terdaftar di Google Maps, pelanggan yang datang sebagian besar hanya warga sekitar. Namun, setelah lokasi warungnya muncul di platform digital tersebut, ia mulai menerima kunjungan pelanggan baru dari luar desa, termasuk wisatawan yang melintasi wilayah Tangkahan. Hal ini menunjukkan bahwa peta digital berperan penting dalam meningkatkan daya jangkau dan potensi ekonomi lokal.

2. Proses Pendampingan dan Implementasi

Kegiatan pendampingan dilakukan secara bertahap dengan pendekatan partisipatif. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai instruktur, tetapi juga sebagai mitra belajar bagi masyarakat. Pendekatan ini menumbuhkan rasa percaya diri dan keterlibatan aktif masyarakat selama proses kegiatan. Setiap pelaku UMKM didampingi secara langsung dalam proses pendaftaran titik lokasi usaha. Tahapan meliputi:

- a. Pembuatan akun Google atau penggunaan akun yang sudah ada,
- b. Pengisian data usaha secara lengkap seperti nama, kategori bisnis, alamat, dan jam operasional,
- c. Pengunggahan foto lokasi usaha sebagai identitas visual, dan
- d. Pengiriman data untuk diverifikasi oleh pihak Google.

Dalam proses ini, peserta diajarkan pula cara mengedit informasi usaha, menambahkan ulasan pelanggan (*review*), dan memanfaatkan fitur “*Insights*” pada *Google Business Profile* untuk memantau statistik pengunjung. Dengan demikian, pelaku UMKM tidak hanya sekadar terdaftar, tetapi juga mampu mengelola keberadaan digital usahanya secara mandiri.

3. Dampak Kegiatan terhadap Pelaku UMKM dan Masyarakat

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan perubahan signifikan dalam pola pikir dan perilaku masyarakat terhadap teknologi digital. Setelah pelaksanaan kegiatan, masyarakat menjadi lebih terbuka terhadap inovasi digital dan mulai memandang teknologi sebagai sarana strategis untuk memajukan ekonomi lokal.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Tangkahan, Kabupaten Langkat, berhasil memberikan dampak positif terhadap pelaku UMKM lokal. Melalui pendaftaran titik lokasi usaha di Google Maps, sebanyak lima pelaku usaha kini dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat luas, terutama wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata pemandian Tangkahan. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kehadiran digital UMKM, tetapi juga menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya adaptasi teknologi dalam mengembangkan usaha.

Metode *Participatory Action Research* (PAR) terbukti efektif dalam mendorong partisipasi aktif masyarakat, karena mereka dilibatkan langsung dalam proses identifikasi masalah hingga implementasi solusi. Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa digitalisasi sederhana dapat menjadi langkah awal dalam pembangunan ekonomi berbasis teknologi di wilayah pedesaan.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar pemerintah desa dan masyarakat setempat terus mengembangkan program serupa, seperti pelatihan pengelolaan akun *Google My Business*, pembuatan profil digital desa, serta promosi terpadu antara sektor UMKM dan pariwisata. Dengan demikian, Desa Perkebunan Bukit Lawang dapat tumbuh sebagai desa wisata digital yang mandiri dan berdaya saing tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (usaha mikro kecil menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- 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.
- Dhiya' Ayu Adibah, & Indah Respati Kusumasari. (2023). Penguatan Digitalisasi Pada UMKM Desa Kedungdalem Kabupaten Probolinggo Melalui Pendaftaran Lokasi Usaha Di Google Maps. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(3), 87–97. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v3i3.2025>
- Fauziyya, P. A., Rashida, F. A., & Arif, L. (2023). Pembuatan NIB Dan Aplikasi Google Maps Dalam Pengembangan UMKM Desa Kebondalem Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1837–1847.
- Hasan, H., Fahdal, M. A., Hasanuddin, U., & Selatan, S. (2022). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi dalam Implementasi Digitalisasi UMKM (Sulawesi MSME Community Empowerment in the Implementation of MSME Digitization). *Vol*, 3, 43–50.
- 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). Pengembangan: UMKM Pendampingan Digitalisasi UMKM di Desa Domas Dengan Aplikasi Google Maps. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 3(01), 354–360.
- 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.
- Ramadhany, E. D., Arief, M. H., Nugroho, D. M., & Laily, N. F. (2023). Digitalisasi Umkm Melalui Penggunaan Media Sosial Dan Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas Dan Efektifitas Penyebaran Informasi Bisnis. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 969–974.
- 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.
- Syahputra, R. A., Putri, C. W. A., Maliza, N. O., & Lestari, R. (2023). Peningkatan kemampuan branding UMKM melalui proses digitalisasi bisnis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 521–527.