



Peran Google Maps dalam Strategi Promosi dan Penjualan UMKM

The Role of Google Maps in MSMEs Promotion and Sales Strategies

Miralda Salsyabillah^{1*}, Anggi Pranata², Ratu May Yasmin³, Misrah⁴

¹⁻⁴ Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

*Penulsi Korespondensi: miraldasalsabila@gmail.com¹

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 10 September 2025;

Revisi: 24 September 2025;

Diterima: 08 Oktober 2025;

Tersedia: 10 Oktober 2025

Keywords: Digital Marketing;
Google Maps; Local Economic
Growth; MSMEs; Promotion
Strategy

Abstract: This study aims to analyze the transformation of promotional strategies among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Suka Makmur Village after utilizing Google Maps as a digital marketing platform. The research focuses on identifying changes in promotional approaches, MSME owners' perceptions of the effectiveness of Google Maps, and its impact on business visibility and sales performance. The study employed a participatory approach through the Community Service Program (KKN), consisting of several stages, including surveys, socialization, training, and direct mentoring. The research subjects comprised three MSMEs: Seblak Prasmanan, Warung Kopi, and Rumah Jajan By Nisa. The findings indicate that, prior to the intervention, promotional activities were predominantly traditional and limited in reach. After adopting Google Maps, the businesses became more easily discoverable, received positive reviews, and successfully reached customers beyond the local area. This study concludes that the effective use of Google Maps enhances the digital identity of MSMEs, broadens market reach, strengthens competitiveness, and contributes to the local economic growth of Suka Makmur Village.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan strategi promosi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Suka Makmur setelah memanfaatkan Google Maps sebagai media pemasaran digital. Fokus penelitian mencakup pergeseran strategi promosi, persepsi pelaku UMKM terhadap efektivitas penggunaan Google Maps, serta dampaknya terhadap visibilitas dan peningkatan penjualan usaha. Metode penelitian menggunakan pendekatan partisipatif melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tahapan meliputi survei, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan langsung. Subjek penelitian terdiri dari tiga UMKM, yaitu Seblak Prasmanan, Warung Kopi, dan Rumah Jajan By Nisa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum dilakukan pendampingan, strategi promosi masih bersifat tradisional dan memiliki jangkauan yang terbatas. Setelah penerapan Google Maps, usaha menjadi lebih mudah ditemukan, memperoleh ulasan positif, serta mampu menjangkau konsumen di luar wilayah desa. Penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan Google Maps secara efektif dapat meningkatkan identitas digital UMKM, memperluas jangkauan pasar, memperkuat daya saing, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Suka Makmur.

Kata Kunci: Google Maps; Pemasaran Digital; Pertumbuhan Ekonomi Lokal; Strategi Promosi; UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam pembangunan ekonomi nasional karena berperan besar dalam menciptakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Menurut Adi (2021), UMKM menjadi salah satu fondasi perekonomian yang mampu bertahan dalam kondisi krisis sekalipun. Hal ini senada dengan pandangan Kadeni & Srijani (2020) yang menegaskan bahwa UMKM terbukti tangguh menghadapi krisis moneter 1998 ketika banyak usaha besar tumbang. Keberadaan UMKM juga menjadi strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat, terutama dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan (Syaifudin, Shodiqin, & Nase, 2022). Dengan demikian, kontribusi UMKM tidak hanya terbatas pada skala ekonomi lokal, melainkan juga mendukung stabilitas ekonomi nasional.

Meskipun memiliki peran yang vital, UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam hal promosi dan pemasaran. Perubahan pola pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran digital menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi. Setyawan et al., (2024) menekankan bahwa pemanfaatan teknologi digital merupakan langkah inovatif yang harus diambil UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Pandangan serupa diungkapkan oleh Sibawaihi et al., (2025) yang menunjukkan bahwa edukasi dan pendampingan digital sangat membantu UMKM dalam mengenalkan produk mereka kepada masyarakat luas. Bahkan, Fujiono et al., (2023) menambahkan bahwa penggunaan media digital seperti Google Maps dapat meningkatkan literasi digital pelaku usaha sekaligus memperkuat *branding* mereka.

Salah satu *platform* digital yang efektif dalam membantu UMKM adalah Google Maps. Aplikasi ini awalnya dikenal sebagai peta digital, namun kini berfungsi juga sebagai media promosi bisnis. Pambudi et al., (2023) menemukan bahwa Google Maps memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM, khususnya di sektor kuliner, di mana penggunaan fitur lokasi dan ulasan konsumen mampu menarik lebih banyak pelanggan. Sementara itu, penelitian Septi et al., (2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps dapat memperluas jangkauan pasar online sekaligus meningkatkan eksistensi UMKM di tengah persaingan digital. Bahkan, Febrian et al., (2024) menegaskan bahwa efektivitas Google Maps sebagai strategi digital marketing lebih tinggi dibandingkan media promosi lainnya, karena mampu memperkuat komunikasi dengan konsumen melalui fitur ulasan, foto, dan rating.

Pemanfaatan Google Maps juga terbukti mampu meningkatkan daya saing dan visibilitas

UMKM di berbagai daerah. Setyawan et al., (2024) menjelaskan bahwa dengan mendaftarkan lokasi usaha di Google Maps, pelaku UMKM dapat memberikan informasi yang lebih lengkap kepada calon pelanggan, seperti alamat, jam operasional, dan nomor telepon. Hal ini diperkuat oleh Sibawaihi et al., (2025) yang mendapati peningkatan pengetahuan masyarakat terhadap lokasi UMKM setelah dilakukan pendampingan pendaftaran di Google Maps. Tidak hanya itu, Fujiono et al., (2023) menegaskan bahwa fitur interaktif Google Maps, seperti ulasan konsumen dan foto produk, dapat memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap produk UMKM.

Selain itu, penelitian terbaru juga semakin menegaskan pentingnya peran Google Maps. Studi di Bakso Royal Surabaya menunjukkan bahwa penggunaan Google Ads dan Google Maps berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Firmansyah, Augustinah, & Sarwani, 2025). Program pemetaan digital UMKM di juga membuktikan bahwa penambahan titik lokasi usaha di Google Maps mempermudah akses informasi dan meningkatkan keterhubungan masyarakat dengan UMKM (Pratama, Putra, Maldini, & Lestari, 2025).

Hal serupa ditemukan dalam pendampingan UMKM di Desa Menampu, Jember, di mana pemanfaatan Google Maps dan pemasaran online meningkatkan keterampilan pelaku UMKM hingga 69% (Purwandhini et al., 2025). Begitu pula di Desa Wonojati, Jenggawah, program pelatihan Google Maps membantu UMKM bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha digital (Rohim, Erlinda, Sholihah, Firmansyah, & Andriani, 2022).

Digitalisasi UMKM juga dilakukan melalui integrasi QRIS dengan *geotagging* lokasi usaha di Google Maps dan promosi banner. Program ini terbukti meningkatkan visibilitas online UMKM di Desa Karangharja (Syukur et al., 2025). Bahkan, optimalisasi lokasi usaha dengan Google Maps di Desa Tegalwaru, Karawang mampu meningkatkan daya saing UMKM lokal (Ramadhani & Puspitasari, 2024) Di sisi lain, pendampingan di Mojoayu, Kediri menggabungkan legalitas usaha berupa NIB dengan pendaftaran Google Maps, yang akhirnya berdampak positif terhadap *brand awareness* dan promosi digital (Arif et al., 2025).

Berdasarkan uraian di atas, jelas bahwa Google Maps bukan hanya sekadar aplikasi pemetaan, melainkan instrumen strategis dalam promosi dan penjualan UMKM. Pemanfaatan *platform* ini terbukti memberikan dampak positif dalam memperluas pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkuat posisi UMKM dalam persaingan digital. Dengan peran UMKM yang begitu vital terhadap perekonomian nasional, integrasi teknologi seperti Google Maps menjadi langkah strategis untuk mendukung pemberdayaan UMKM dan peningkatan kesejahteraan

masyarakat.

Penelitian ini berfokus pada upaya memahami dinamika pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM di Desa Suka Makmur. Permasalahan yang dikaji meliputi bagaimana perubahan strategi promosi yang dilakukan oleh UMKM sebelum dan sesudah memanfaatkan Google Maps sebagai media promosi. Selanjutnya, penelitian ini menelaah persepsi pelaku UMKM terhadap efektivitas Google Maps dalam memperluas jangkauan pelanggan serta meningkatkan visibilitas usaha. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti manfaat dan pengaruh penggunaan Google Maps terhadap peningkatan penjualan UMKM di Desa Suka Makmur.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi pergeseran strategi promosi yang diterapkan oleh pelaku UMKM setelah menggunakan Google Maps sebagai sarana pemasaran digital. Selain itu, penelitian ini dimaksudkan untuk menggali persepsi pelaku UMKM mengenai efektivitas Google Maps dalam memperkuat eksposur usaha dan menjangkau pelanggan baru. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis manfaat serta dampak penggunaan Google Maps terhadap peningkatan penjualan UMKM di Desa Suka Makmur, sehingga hasilnya dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih optimal.

2. METODE

Program dilaksanakan di Desa Suka Makmur, Kecamatan Binjai, Kabupaten Langkat sebagai bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat. Penulis bekerja sama dengan beberapa pelaku UMKM, yaitu Seblak Prasmanan, Warung Kopi, dan Rumah Jajan By Nisa. Kegiatan ini bertujuan membantu mitra dalam mengembangkan produk dan meningkatkan strategi pemasarannya. Pelaksanaan program dilakukan melalui beberapa tahapan:

a. Survei

Tim melakukan wawancara dan diskusi secara langsung (*door-to-door*) untuk mengetahui kendala yang dihadapi mitra. Tahap ini juga berfungsi sebagai sarana pendekatan awal dan identifikasi kebutuhan pendampingan.

b. Sosialisasi

Mitra diberikan pemahaman mengenai manfaat dan langkah-langkah penggunaan Google Maps sebagai media pemasaran. Sosialisasi bertujuan membantu mitra memahami pentingnya teknologi digital dalam memperluas jangkauan usaha.

c. Pendampingan dan Pemantauan

Tim mendampingi mitra secara langsung untuk membantu mengatasi kendala yang muncul dalam proses penerapan. Selain itu, dilakukan pemantauan agar penggunaan Google Maps berjalan optimal dan mampu mendukung kegiatan pemasaran secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN DISKUSI

Masyarakat di Desa Suka Makmur, Kecamatan Binjai, Kabupaten Langkat banyak yang memiliki usaha kecil di rumah, seperti menjual makanan, membuka warung kopi, hingga berjualan jajanan kekinian. Selama ini cara mereka mempromosikan usaha masih sangat sederhana, hanya dengan spanduk, cerita dari mulut ke mulut, atau mengandalkan pelanggan tetap. Hal ini membuat usaha mereka kurang dikenal orang dari luar desa.

Survei dimulai pada tanggal 02 Agustus 2025 di Desa Suka Makmur untuk menggali informasi mengenai keadaan UMKM. Dari hasilnya, terdapat tiga UMKM yang cukup berkembang, yakni usaha Seblak Prasmanan, warung Kopi, dan warung Burger Nisa. Meski demikian, aktivitas penjualan masih dijalankan secara manual karena para pelaku usaha belum sepenuhnya mengikuti kemajuan teknologi.



Gambar 1. Survey Lokasi UMKM

Saat dilakukan wawancara, sebagian besar pelaku UMKM menyampaikan bahwa usaha yang mereka jalankan merupakan mata pencaharian utama. Kondisi usaha terkadang ramai, namun ada kalanya sepi pembeli. Dari pengalaman tersebut, para pelaku UMKM berharap produk mereka dapat dikenal lebih luas dan diminati masyarakat di luar daerah. Menanggapi persoalan ini, tim pengabdian bersama mahasiswa KKN Universitas Islam Negeri Sumatera Utara mulai menyusun jadwal serta strategi dengan menyelenggarakan pelatihan pembuatan aplikasi Google Maps. Tujuannya adalah untuk mempermudah para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya,

bukan hanya di tingkat regional, tetapi juga agar mampu bersaing di tingkat nasional hingga internasional.

Pelatihan yang dilaksanakan pada 05 Agustus 2025 tersebut diawali dengan pemaparan mengenai pentingnya peran UMKM di era perkembangan teknologi. Peserta diberikan pemahaman tentang cara memasarkan produk melalui Google Maps. Selain itu, pemateri juga menjelaskan definisi digitalisasi pemasaran, manfaat serta tujuannya, strategi pengembangan UMKM berbasis digital, dan peran Google Maps sebagai media promosi produk UMKM.



Gambar 2. Pemateri Menjelaskan Mengenai UMKM

Para peserta sangat antusias mengikuti pelatihan tersebut, mereka menunjukkan semangat kerja tim di saat membuat dan mengupload produk UMKM mereka melalui Google Maps. Selang satu hari setelah kegiatan sosialisasi atau seminar dilaksanakan, mahasiswa langsung melakukan pendampingan lapangan dengan mendatangi lokasi usaha para pelaku UMKM. Pada tahap ini, mahasiswa secara langsung membantu membuka dan mengaktifkan Google Maps untuk masing-masing UMKM di tempat usaha mereka. Dengan cara ini, para pelaku usaha tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga memperoleh pendampingan praktis di lapangan sehingga mereka dapat langsung memahami proses input data lokasi usaha sekaligus mulai memanfaatkan Google Maps sebagai media promosi produk.

Dalam pendampingan, ada tiga usaha pertama yang dibantu untuk masuk ke Google Maps. Pertama, Seblak Prasmanan. Warung ini menjual seblak dengan berbagai pilihan topping, yang banyak digemari anak muda. Setelah didaftarkan di Google Maps, warung ini lebih mudah dicari oleh pelajar dan anak muda dari desa lain yang ingin mencoba. Pemiliknya merasa senang karena usahanya kini tidak hanya diketahui orang sekitar rumah, tetapi bisa ditemukan siapa saja yang

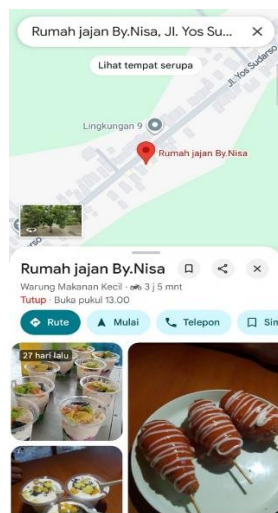
mencari “seblak” di aplikasi.

Kedua, Warung Kopi. Warung ini biasanya ramai dikunjungi bapak-bapak dan anak muda desa untuk berkumpul. Setelah masuk ke Google Maps, warung ini mulai terlihat oleh orang yang datang dari luar desa dan ingin mencari tempat kopi sederhana. Dengan adanya foto dan ulasan, warung ini menjadi lebih dikenal dan dipercaya oleh orang baru.

Ketiga, Rumah Jajan By Nisa. Rumah Jajan ini dikelola anak muda desa yang menjual burger dengan harga terjangkau. Sebelum ada Google Maps, pembelinya hanya sebatas teman dan warga sekitar. Setelah muncul di Google Maps, warung ini berpeluang mendapat pembeli dari desa lain karena makanan seperti burger banyak dicari anak-anak muda. Pemiliknya juga bisa menambahkan foto burger ke profil Google Maps agar terlihat menarik bagi calon pembeli.



Gambar 3. Pembuatan Google Maps Bersama Pelaku UMKM



Gambar 4. UMKM yang Sudah Berhasil Terdaftar di Google Maps



Gambar 5. Peserta UMKM pada saat Seminar

Dari kegiatan ini terlihat bahwa masyarakat Desa Suka Makmur cukup antusias. Mereka merasa bangga ketika usaha kecil mereka bisa muncul di aplikasi yang sering digunakan orang banyak. Selain itu, dengan adanya ulasan dari pembeli, usaha mereka juga lebih dipercaya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Google Maps sangat bermanfaat bagi UMKM di Desa Suka Makmur. Aplikasi ini membantu usaha kecil seperti Seblak Prasmanan, Warung Kopi, dan Warung Burger Nisa agar lebih dikenal masyarakat luas, tidak hanya di dalam desa tetapi juga sampai ke luar kecamatan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Suka Makmur membuktikan bahwa pemanfaatan Google Maps sebagai media digitalisasi pemasaran mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan visibilitas dan daya saing UMKM. Sebelum adanya pendampingan, promosi usaha masih sangat tradisional dan terbatas pada lingkup desa. Setelah dilakukan pelatihan dan praktik langsung, usaha kecil seperti Seblak Prasmanan, Warung Kopi, dan Rumah Jajan By Nisa menjadi lebih mudah ditemukan, memperoleh ulasan positif, serta menjangkau konsumen dari luar desa. Secara teoritis, hal ini menguatkan pandangan Schumpeter bahwa UMKM merupakan motor inovasi yang dapat berkembang melalui adopsi teknologi. Google Maps tidak hanya berperan sebagai alat navigasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membangun identitas digital, meningkatkan reputasi usaha melalui ulasan pelanggan, serta memperluas pasar yang sebelumnya sulit dijangkau.

Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar pelaku UMKM senantiasa konsisten memperbarui informasi usaha di Google Maps, seperti menambahkan foto produk, jam operasional, dan menanggapi ulasan pelanggan agar reputasi tetap terjaga. Mahasiswa dan dosen pendamping juga diharapkan memberikan bimbingan lanjutan untuk membantu UMKM mengintegrasikan Google Maps dengan media pemasaran digital lain, seperti media sosial dan *marketplace*. Selain itu, pemerintah daerah perlu mendorong keberlanjutan program ini dengan menyediakan fasilitas pendampingan, akses internet yang memadai, dan dukungan teknologi. Untuk penelitian berikutnya, penting dilakukan evaluasi jangka panjang guna melihat dampak pemanfaatan Google Maps terhadap omzet, keberlanjutan usaha, serta perubahan pola konsumsi masyarakat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi melalui Google Maps efektif menjadi sarana pemberdayaan ekonomi lokal sekaligus langkah strategis dalam memperkuat daya saing UMKM di era digital.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada aparat Desa Suka Makmur, Kecamatan Binjai, Kabupaten Langkat yang telah memberikan izin, dukungan, serta fasilitas sehingga program dapat berjalan dengan baik. Tidak lupa apresiasi setinggi-tingginya diberikan kepada para pelaku UMKM, yaitu Seblak Prasmanan, Warung Kopi, dan Rumah Jajan By Nisa, yang dengan penuh antusiasme berpartisipasi aktif dalam setiap rangkaian kegiatan mulai dari sosialisasi, pelatihan, hingga pendampingan lapangan.

Selain itu, penulis juga menyampaikan penghargaan kepada para mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah berkontribusi secara maksimal dalam membantu pelaksanaan program, baik dalam bentuk pendampingan teknis maupun koordinasi lapangan. Dukungan moral dan material dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, turut menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Oleh karena itu, penulis berharap kerja sama dan sinergi yang telah terjalin dapat terus berlanjut demi kemajuan UMKM serta peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Suka Makmur.

DAFTAR REFERENSI

- Adi, T. W. (2021). *Bisnis mikro kecil dan menengah*. Malang: Literasi Nusantara.
- Arif, M. A. Al., Prastya, A., Ramadhan, M. A., Hartanto, I., Thariq, M. A., Sefia, V., Mas'udah, H. Z. (2025). Digitalisasi UMKM melalui pendaftaran NIB dan pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 513–518.
- 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.
- Firmansyah, A. P., Augustinah, F., & Sarwani, S. (2025). The influence of Google Ads and Google Maps on purchase decisions at Bakso Royal Surabaya. *Journal of Business Management and Economic Development*, 3(1), 76–91. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v3i01.1211>
- Fujiono, Zabadi, F., Hanayanti, C. S., & Rahmawati, R. R. (2023). Pemanfaatan Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran produk UMKM di Desa Bunder. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 11(2), 89–93.
- Kadeni, & Srijani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Equilibrium*, 8(2), 191–200. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- 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. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5024>
- Pratama, R. A., Putra, D. D. D., Maldini, D., & Lestari, H. (2025). Pemetaan digital UMKM, fasilitas umum, dan instansi pemerintah Desa Bandar melalui Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 1151–1157. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.352>
- Purwandhini, A. S., Pudjiastutik, E. W., Mawardi, Yasin, M., Aditia, A., Nuralisa, F. A., ... Aliyah, H. H. (2025). Pendayagunaan aplikasi Google Maps guna mendukung promosi pemasaran UMKM. *Jurnal Pengabdian Indonesia*, 2(3), 72–83.
- Ramadhani, W. A., & Puspitasari, M. (2024). Mendorong transformasi digital UMKM melalui optimalisasi usaha menggunakan platform Google Maps. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 1(4), 8513–8519.
- Rohim, Erlinda, I., Sholihah, E. L., Firmansyah, F. R., & Andriani, F. (2022). Digitalisasi UMKM melalui pelatihan Google Maps dan pemasaran online. *STIA Pembangunan Jember*, 5(2), 14–29. https://doi.org/10.1541/ieejpes.142.n112_1
- Septi, S. D. N., & Ariescy, R. R. (2024). Pemanfaatan Google Maps untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Mananggal. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(2), 2250–2255.
- Setyawan, D. H., Cahyati, A. D., & Putra, P. (2024). Upaya peningkatan bisnis dengan digital branding pembuatan lokasi UMKM melalui aplikasi Google Maps di Desa Sirnajaya. *An-Nizam*, 3(2), 67–74. <https://doi.org/10.33558/an-nizam.v3i2.8761>

- Sibawaihi, M., Rahman Suradi, A., Ramli, F., & Trisnowali, M. S. A. (2025). Digitalisasi UMKM: Pendampingan pembuatan Google Maps dan pemasangan banner dalam meningkatkan pemasaran lokal di Desa Gantiwarno. *JDISTIRA: Jurnal Pengabdian Inovasi dan Teknologi kepada Masyarakat*, 5(1), 191–197.
- Syaifudin, R., Shodiqin, A., & Nase. (2022). Peran usaha kecil dan menengah (UKM) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 7(3), 297–316. <https://doi.org/10.15575/tamkin.v7i3.18827>
- Syukur, H. W., Ardani, Suprianto, J., Fauzi, R., Alfani, A., Ningsih, R., & Latif, A. (2025). Sosialisasi dan implementasi ekonomi kreatif dan digitalisasi UMKM Desa Karangharja melalui integrasi QRIS, geotagging Google Map kios, dan banner promosi dalam program KKN Universitas Pelita Bangsa tahun 2025. *JGEN: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(4), 685–695.