



Peran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata dan Transformasi Digital UMKM dengan Pengaktifan UMKM di Google Maps Desa Selayang

The Role of Real Work Lecture Students and the Digital Transformation of MSMEs with the Activation of MSMEs on Google Maps of Selayang Village

Fhakir Nur Al Fidha^{1*}, Mutia Dila Puspita², Nina Puspita³, Salwa Latipah⁴, Rahmad Efendi⁵

¹⁻⁵Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email: fidafhakir@gmail.com^{1*}, mutiadilapuspita2@gmail.com², ninpspt09@gmail.com³, salwalatipah324@gmail.com⁴, rahmadefendi@uinsu.ac.id⁵

*Penulis korespondensi: fidafhakir@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 17 Oktober 2025;

Revisi: 14 November 2025;

Diterima: 12 Desember 2025;

Tersedia: 19 Desember 2025

Keywords: Digitization; Goole Maps; Marketing; MSMEs; Online.

Abstract: Selayang Village is one of the villages in Selesai District where most of the residents have micro, small, and medium enterprises (MSMEs) as the main source of livelihood. However, until now, MSME actors in the village still face limited knowledge and skills in utilizing digital technology, especially in the field of marketing. Most business actors still rely on conventional marketing methods, such as word-of-mouth promotion, which has an impact on limited market reach. Through this community service activity, it is hoped that MSMEs will be able to optimize digital marketing so that their marketing area becomes wider and more competitive. This service aims to assist and assist the community in registering the location of MSMEs and public facilities on the Google Maps platform. The method of implementing the service includes the stages of socialization, technical assistance, and direct MSME registration. The results of the activity showed that as many as nine MSMEs were successfully registered and their business profiles were optimized through a door-to-door approach. All business actors responded positively because they now have a digital footprint that makes it easier for consumers to find business locations. Thus, this activity is expected to increase business visibility, the competitiveness of MSMEs, and the welfare of the people of Selayang Village.

Abstrak

Desa Selayang merupakan salah satu desa di Kecamatan Selesai yang sebagian besar penduduknya memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai sumber penghidupan utama. Namun, hingga saat ini pelaku UMKM di desa tersebut masih menghadapi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam bidang pemasaran. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti promosi dari mulut ke mulut, yang berdampak pada terbatasnya jangkauan pasar. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan UMKM mampu mengoptimalkan pemasaran digital sehingga wilayah pemasarannya menjadi lebih luas dan kompetitif. Pengabdian ini bertujuan mendampingi serta membantu masyarakat dalam mendaftarkan lokasi UMKM dan fasilitas umum ke dalam platform Google Maps. Metode pelaksanaan pengabdian meliputi tahapan sosialisasi, pendampingan teknis, serta pendaftaran UMKM secara langsung. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebanyak sembilan UMKM berhasil terdaftar dan profil usahanya dioptimalkan melalui pendekatan door-to-door. Seluruh pelaku usaha memberikan respons positif karena kini memiliki jejak digital yang memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas usaha, daya saing UMKM, serta kesejahteraan masyarakat Desa Selayang.

Kata Kunci: Digitalisasi; Goole Maps; Online; Pemasaran; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat semakin merasakan berbagai kemudahan yang ditawarkannya. Salah satu kemudahan tersebut adalah akses informasi yang lebih cepat dan praktis sesuai kebutuhan. Sebagai contoh, ketika seseorang hendak melakukan perjalanan ke suatu tempat yang belum pernah dikunjungi sebelumnya, ia biasanya akan mencari informasi terkait lokasi tersebut serta rute perjalanan yang harus ditempuh. Dalam praktiknya, pencarian informasi ini umumnya dilakukan sebelum berangkat, dan saat perjalanan berlangsung, navigasi akan sangat terbantu dengan adanya peta daring melalui aplikasi seperti *Google Maps* (Hairah & Budiman, 2017).



Gambar 1. Rute Lokasi Pengabdian Pada Aplikasi Google Maps.

Sumber: Google Maps

Selain menyediakan fitur navigasi, *Google Maps* juga memungkinkan pengguna untuk mengetahui berbagai informasi mengenai suatu lokasi, seperti keberadaan tempat wisata, tempat ibadah, sekolah, maupun pusat usaha. Salah satu fitur unggulan dari *Google Maps* bahkan dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk mendukung pengembangan bisnis mereka. Melalui fitur tersebut, pelaku usaha dapat menampilkan berbagai informasi penting mengenai usahanya, antara lain nama usaha, alamat, titik koordinat lokasi pada peta, foto produk, nomor kontak, jam operasional, serta penilaian dan testimoni dari pelanggan (Rohim et al., 2022).

Penambahan titik lokasi UMKM pada *Google Maps* dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan pencarian sekaligus memberikan penilaian, sehingga berpotensi meningkatkan branding UMKM serta menambah jumlah konsumen. Adapun data yang diperlukan untuk menambahkan titik lokasi pada *Google Maps* meliputi alamat, nomor telepon, kategori tempat, serta jam operasional toko (Anardani et al., 2022).

Dengan penambahan lokasi dan informasi pada *Google Maps*, diharapkan UMKM dapat lebih mudah ditemukan oleh masyarakat. Selain itu, apabila di kemudian hari UMKM tersebut didaftarkan pada layanan pengantaran makanan daring atau platform *e-commerce*, proses pendaftaran tidak lagi memerlukan penginputan lokasi baru karena data lokasi sudah tersedia di *Google Maps* (Mahdia & Noviyanto, 2013).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian negara berkembang. UMKM umumnya dijalankan secara mandiri dan bersifat aktif, sehingga dapat memberikan keuntungan baik bagi individu maupun bagi badan usaha (Fauziyyah et al., 2023). UMKM tidak hanya berkontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja, tetapi juga berperan penting dalam mendorong inovasi serta pemerataan ekonomi di tingkat masyarakat bawah (Suryahadi et al., 2020). Meski demikian, di tengah dinamika ekonomi global dan perkembangan teknologi yang begitu pesat, UMKM kerap tertinggal karena keterbatasan dalam penerapan strategi pemasaran digital. Padahal, transformasi digital merupakan kebutuhan mutlak untuk menjaga keberlangsungan dan meningkatkan daya saing usaha pada era revolusi industri 4.0 (OECD, 2021).

UMKM memiliki peran strategis dalam pemulihan ekonomi nasional pascakrisis, namun masih menghadapi berbagai kendala struktural, terutama keterbatasan akses pasar dan rendahnya adopsi teknologi informasi (Tambunan, 2019). Rendahnya literasi digital, faktor usia pelaku usaha, serta minimnya motivasi menjadi penyebab utama lambatnya digitalisasi UMKM di Indonesia (Rahayu & Day, 2017). Padahal, pemanfaatan teknologi digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, visibilitas usaha, serta memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif rendah (OECD, 2021). Salah satu bentuk digitalisasi sederhana namun berdampak signifikan adalah pemanfaatan *Google Maps* sebagai sarana pencatatan lokasi usaha dan peningkatan kehadiran digital UMKM (Putra et al., 2022). Kehadiran UMKM di *Google Maps* memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha, meningkatkan kepercayaan, serta mendukung keputusan pembelian berbasis lokasi (Kurniawan & Suryanto, 2020). Dengan demikian, digitalisasi UMKM melalui platform berbasis lokasi menjadi solusi strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kecil (Setiawan, 2023).

Google Maps merupakan alat visualisasi data spasial yang menyediakan peta satelit maupun peta hibrida. Selain berfungsi sebagai panduan rute, *Google Maps* juga dapat digunakan sebagai sarana promosi bisnis dengan menampilkan informasi lengkap mengenai toko atau usaha daring, seperti alamat, lokasi pada peta, situs web, nomor telepon, serta foto-foto yang merepresentasikan toko tersebut. Digitalisasi melalui *Google Maps* dapat membantu konsumen menemukan informasi terkait produk yang mereka butuhkan dengan lebih mudah

sekaligus memfasilitasi transaksi. Pemanfaatan platform digital berbasis lokasi seperti Google Maps dan Google My Business terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM. Susanti et al. (2020).

Program digitalisasi tersebut sangat dianjurkan untuk dilakukan di daerah pedesaan yang ada di berbagai kota. Melalui program tersebut UMKM yang ada di pedesaan akan diketahui oleh khalayak umum serta nantinya dapat menarik minat para konsumen. UMKM yang terletak di Desa Selayang, Kecamatan Selesai, Kabupaten Langkat menjadi sasaran pengembangan UMKM melalui digitalisasi UMKM. Di Desa Selayang, pemanfaatan *Google Maps* masih sangat minim, meskipun potensinya sangat besar. Kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital, keterbatasan akses terhadap perangkat digital, serta rendahnya kesadaran akan pentingnya digitalisasi menjadi hambatan utama dalam proses transformasi ini. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan yang intensif untuk mendorong digitalisasi UMKM di desa ini, dengan fokus pada pembuatan dan optimalisasi profil bisnis di *Google Maps* (Hidajat et al., 2024).

Masalah

Desa yang belum terdaftar atau belum masuk ke dalam *Google Maps* umumnya menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal aksesibilitas dan pengenalan wilayah. Ketiadaan desa di dalam peta digital membuat masyarakat luar, seperti tamu, wisatawan, maupun layanan transportasi dan pengiriman barang, mengalami kesulitan untuk menemukan lokasi desa tersebut. Kondisi ini tidak hanya menyulitkan mobilitas, tetapi juga berdampak pada sektor ekonomi masyarakat desa.

Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah membantu penambahan lokasi dan informasi UMKM yang sebelumnya tidak terdaftar sehingga terdaftar pada *Google Maps* dengan tema branding UMKM melalui penambahan titik lokasi. Aktivitas utama berupa pendampingan dalam pemasangan point lokasi (pin) di *Google Maps*.

Google Maps sendiri memiliki berbagai fitur yang mendukung pengembangan UMKM, antara lain *Direction* (petunjuk arah), *Share Place* (berbagi lokasi), dan *Review* (ulasan yang dapat dilengkapi dengan gambar). Fitur-fitur tersebut sangat bermanfaat dalam memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Sasaran kegiatan ini adalah UMKM serta tempat umum yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan dipromosikan, baik melalui media sosial maupun sebagai bagian dari penguatan branding UMKM di Desa Selayang seperti usaha kuliner (makanan dan minuman) serta warung yang menyediakan jasa pembayaran listrik (PLN), pulsa elektrik, *top up* digital, dan penjualan paket data.

Tabel 1. Data Mitra UMKM Desa Selayang.

No	Nama Usaha	Media Promosi	Penggunaan Google Maps
1.	Bakso Mas Ari	-	-
2.	Jajanan Kekinian Kak Tari	-	-
3.	Gerobak Dimsum	-	-
4.	Dimsum 88	-	-
5.	Es Jelly Bu Emi	-	-
6.	Warung Bu Yanti	-	-
7.	Winda Ponsel	WhatsApp	-
8.	Pojok Ngemil	-	-
9.	Dapoer Umi	-	-

Sumber: Olahan Penulis, 2025

2. METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan untuk menambahkan lokasi bisnis ke *Google Maps* diawali dengan pembuatan profil bisnis *Google*. Setelah profil bisnis berhasil dibuat, langkah selanjutnya adalah menambahkan lokasi bisnis pada *Google Maps*, sebagai berikut:

- 1) Buka situs *Google* Bisnis dan login menggunakan akun *Google*.
- 2) Selanjutnya pada bagian "Cari dan kelola bisnis Anda" isikan nama bisnis.
- 3) Kemudian klik "Buat bisnis dengan nama ini" atau klik "Tambahkan bisnis ke *Google*".
- 4) Di halaman selanjutnya masukkan "Nama Bisnis" dan "Kategori bisnis". Kategori bisnis seperti restoran, retail, dan sebagainya, klik "Berikutnya".
- 5) Selanjutnya bisa memilih apakah lokasi bisnis akan muncul di *Google Maps*. Jika bisnis terbuka untuk umum maka pilih "Ya" selanjutnya klik "berikutnya".
- 6) Masukkan alamat bisnis ke *Google Maps* isi dengan informasi yang sesuai lalu klik "Berikutnya".
- 7) Selanjutnya sesuaikan letak titik peta sesuai lokasi bisnis.
- 8) Isikan apakah menyediakan layanan datang ke rumah atau pengantaran ke pelanggan lalu klik "Berikutnya".
- 9) Tahap selanjutnya adalah menambahkan informasi kontak telepon maupun situs web. Centang "Saya tidak memiliki situs" apabila belum memiliki situs bisnis.
- 10) Klik "Berikutnya" jika ingin melanjutkan pengisian atau klik "lewati" untuk mengisinya kapan-kapan.
- 11) Selanjutnya akan diverifikasi oleh *Google*. Selanjutnya klik "Berikutnya".
- 12) Di halaman selanjutnya bisa menambahkannya jam kerja ataupun deskripsi bisnis, serta menambahkan fitur pesan, serta foto.
- 13) Selanjutnya akan dibawa pada halaman pencarian *Google* yang berisi informasi bisnis.

- 14) Melalui halaman tersebut bisa melakukan edit profil untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Selayang berhasil dilakukan terhadap 9 pelaku UMKM dengan berbagai jenis usaha. Adapun rincian usaha yang berhasil didaftarkan dan dioptimalkan profilnya di *Google Maps* adalah sebagai berikut:

- 1) Bakso Mas Ari (Usaha Makanan)
- 2) Jajanan Kekinian Kak Tari (Usaha Makanan Ringan)
- 3) Gerobak Dimsum (Usaha Makanan)
- 4) Dimsum 88 (Usaha Makanan)
- 5) Es Jelly Bu Emi (Usaha Minuman)
- 6) Warung Bu Yanti (Usaha Makanan)
- 7) Winda Ponsel (Toko Kelontong dengan jasa pembayaran listrik, *top up*, & paket data)
- 8) Pojok Ngemil (Usaha Makanan Ringan)
- 9) Dapoer Umi (Usaha Makanan)

Tahap awal kegiatan dilaksanakan melalui pendekatan langsung (*door-to-door*) kepada para pelaku usaha. Pada tahap ini, tim memperkenalkan diri sekaligus menyampaikan tujuan serta manfaat dari pendaftaran usaha pada *Google Maps*, kemudian meminta persetujuan dari pemilik usaha. Seluruh UMKM yang dikunjungi memberikan respons positif dan menyetujui proses pendaftaran. Selanjutnya, pendaftaran dilakukan secara *real-time* di lokasi dengan memanfaatkan perangkat ponsel dan akun *Google* yang dimiliki oleh tim pelaksana.



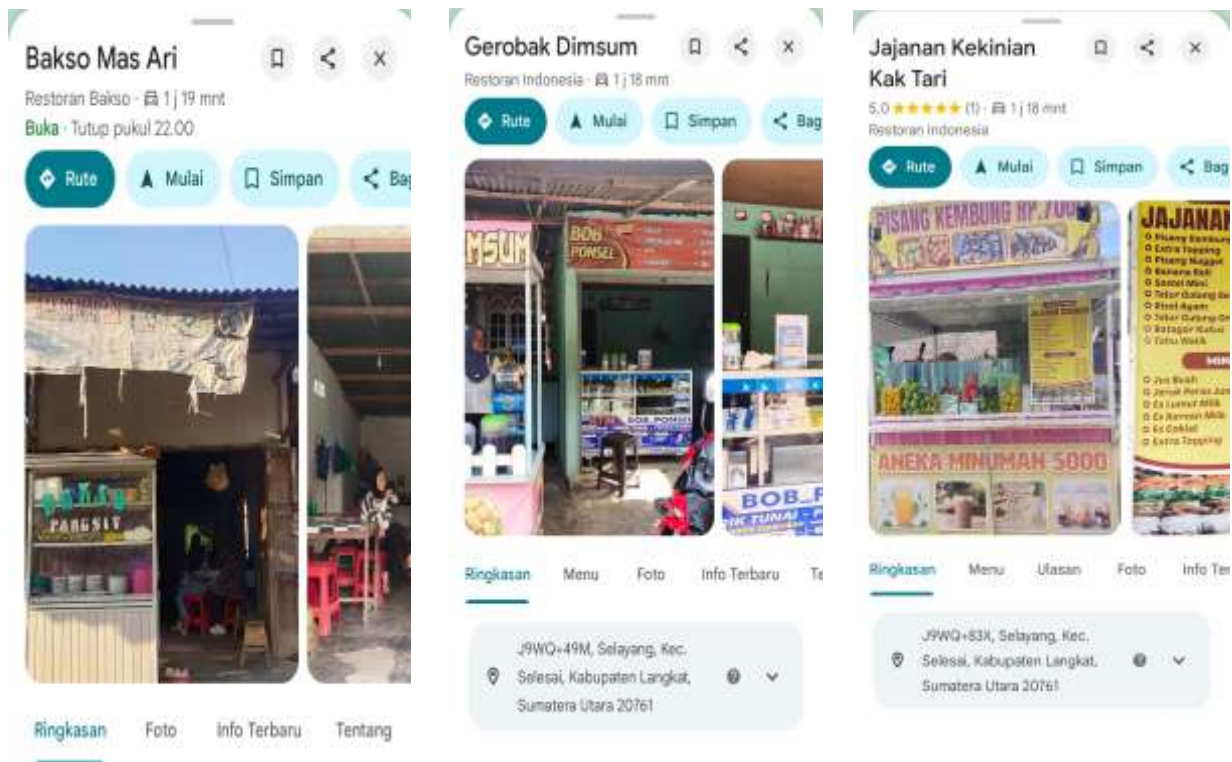
Gambar 2. Dokumentasi Proses Pendampingan Pendaftaran UMKM pada Aplikasi *Google Maps*.

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2025

Proses teknis pendaftaran mengikuti metode yang telah dijelaskan sebelumnya, dimulai dari pembuatan profil di *Google Bisnis* hingga verifikasi. Informasi yang dimasukkan meliputi:

- 1) Nama usaha
- 2) Kategori usaha (e.g., warung makan, toko kelontong, penjual minuman)
- 3) Alamat lengkap
- 4) Nomor telepon yang dapat dihubungi
- 5) Jam operasional
- 6) Foto produk dan tempat usaha

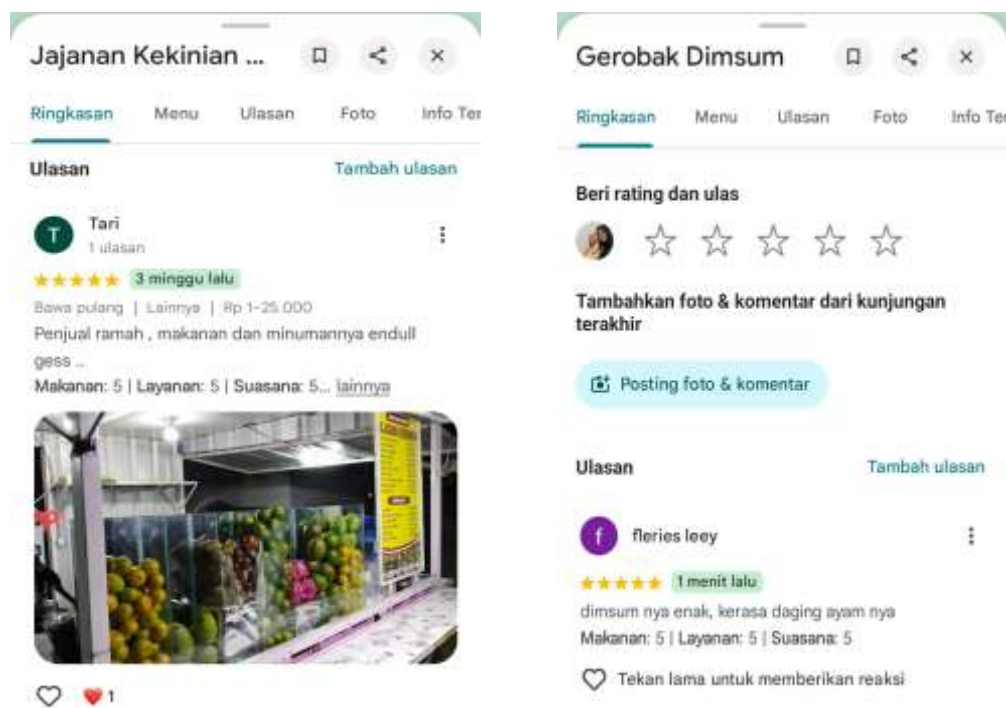
Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, sebagian besar UMKM belum memiliki jejak digital. Dengan terdaptarnya usaha pada Google Maps, kini mereka dapat ditemukan secara daring oleh calon konsumen, baik yang berasal dari dalam maupun luar Desa Selayang. Fitur pencarian lokasi dan petunjuk arah (*direction*) yang tersedia pada *Google Maps* memudahkan konsumen potensial dalam menemukan lokasi usaha tanpa harus menanyakannya secara langsung. Kondisi ini sejalan dengan temuan (Husain et al., 2023) yang menyatakan bahwa keberadaan pada *Google Maps* secara signifikan meningkatkan visibilitas serta mempermudah akses menuju lokasi usaha.



Gambar 3. UMKM Terdaptar di *Google Maps*.

Sumber: Google Maps

Profil usaha yang disertai foto produk serta informasi kontak dapat memperkuat citra profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Kehadiran pada platform populer seperti *Google Maps* juga memberikan legitimasi tersendiri di mata pelanggan. Fitur ulasan dan penilaian pada *Google Maps* juga berfungsi sebagai sumber umpan balik yang bernilai, sekaligus menjadi aset penting dalam membangun reputasi serta kepercayaan (*trust*) (Anisah & Wasesa, 2025).



Gambar 4. Ulasan Pelanggan Pada UMKM di Google Maps.

Sumber: Google Maps

Keberhasilan mendaftarkan seluruh UMKM yang dikunjungi membuktikan bahwa pendekatan partisipatif yakni dengan mendatangi langsung, memberikan penjelasan manfaat secara personal, serta melakukan pendaftaran di tempat terbukti efektif dalam mengatasi kendala literasi digital maupun sikap ragu dari pelaku usaha. Pendekatan ini juga memfasilitasi pemilik usaha yang kemungkinan besar tidak akan melakukan pendaftaran secara mandiri akibat keterbatasan pengetahuan teknis. Meningkatnya visibilitas dan kemudahan akses diharapkan mampu mendorong bertambahnya jumlah kunjungan serta transaksi pada sembilan UMKM tersebut. Pertumbuhan omzet di tingkat usaha mikro pada gilirannya akan memberikan kontribusi terhadap penguatan perekonomian lokal Desa Selayang sekaligus mempertegas peran UMKM sebagai penggerak ekonomi masyarakat di tingkat masyarakat bawah.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM melalui pendaftaran lokasi pada aplikasi *Google Maps* di Desa Selayang, Kecamatan Selesai, Kabupaten Langkat berhasil dilaksanakan dengan melibatkan sembilan pelaku usaha dari berbagai sektor kuliner dan jasa. Proses ini dilakukan secara langsung dengan metode *door-to-door*, sehingga mampu mengatasi keterbatasan literasi digital dan keraguan pelaku usaha untuk mendaftar secara mandiri.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa dengan terdaptarnya UMKM pada *Google Maps*, usaha menjadi lebih mudah ditemukan, memperoleh aksesibilitas yang lebih luas, serta mendapatkan peluang peningkatan *branding* dan kepercayaan konsumen melalui fitur ulasan, rating, serta informasi bisnis yang tersedia. Kehadiran UMKM pada platform digital ini tidak hanya meningkatkan visibilitas usaha, tetapi juga berpotensi menambah jumlah konsumen, memperluas jaringan pemasaran, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan begitu, digitalisasi melalui pemanfaatan *Google Maps* terbukti menjadi strategi efektif untuk memperkuat eksistensi UMKM, meningkatkan daya saing di era transformasi digital, serta mempertegas peran UMKM sebagai penggerak perekonomian masyarakat desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Anardani, S., Hapsari, E. D., Yunitasari, Y., Kharisma, S., & Azis, M. U. N. L. (2022). Edukasi penggunaan Microsoft Excel bagi anggota lembaga desa Kajang Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 1(4). <https://doi.org/10.55542/jppmi.v1i4.260>
- Anisah, S., & Wasesa, M. (2025). Improving café reputation: Machine learning analytics for predicting customer engagement on Google Maps. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 11(1), 91–102. <https://doi.org/10.20473/jisebi.11.1.91-102>
- 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. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3>
- Hairah, U., & Budiman, E. (2017). Pemanfaatan Google Maps API dalam pengembangan media informasi pasar malam di Kota Samarinda. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 9(1), 9–16.
- Hidajat, S., Amaliyah, F. D., Arindi, A. P., Kamilah, Q. M., Suprpto, S. A. A., Suryanto, A. F., & Cantika, C. N. (2024). Pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Domas dengan aplikasi Google Maps. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 3(1), 354–360.

- Husain, T. K., Robbo, A., Amri, A. A., & Maskar, R. (2023). Penerapan profil bisnis Google untuk meningkatkan visibilitas online UMKM Kerang Celebes. *Inovasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 303–310. <https://doi.org/10.54082/ijpm.210>
- Kurniawan, A., & Suryanto, T. (2020). Pemanfaatan teknologi digital dalam peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(2), 145–156.
- Mahdia, F., & Noviyanto, F. (2013). Pemanfaatan Google Maps API untuk pembangunan sistem informasi manajemen bantuan logistik pasca bencana alam berbasis mobile web (Studi kasus: BPBD Kota Yogyakarta). *Jurnal Sarjana Teknik Informatika*.
- OECD. (2021). The digital transformation of SMEs. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
- Putra, R. A., Pratama, A., & Nugroho, Y. (2022). Optimalisasi Google Maps sebagai media pemasaran digital UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 55–63.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Rohim, A., Andriani, F., Erlinda, I., Sholihah, E. L., & Ramadahni, F. (2022). Digitalisasi UMKM melalui pelatihan Google Maps dan pemasaran online. *Media Ilmiah Pengabdian Indonesia*, 5(2). <https://doi.org/10.37849/mipi.v5i2.314>
- Setiawan, B. (2023). Digitalisasi UMKM sebagai strategi peningkatan ekonomi lokal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(1), 1–12.
- Susanti, E., Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2020). Understanding users' intention to use Google My Business for small and medium enterprises. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(6), 1441–1463. <https://doi.org/10.1108/JEIM-07-2019-0202>
- Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan. *Ghalia Indonesia*.