



**Efektivitas Pendaftaran UMKM Rengginang di Google Maps sebagai Strategi
Penguatan Ekonomi Berbasis Teknologi
(Studi Kasus Desa Pahang, Talawi, Batu Bara)**

***The Effectiveness of Rengginang MSME Registration on Google Maps as a Strategy to
Strengthen the Technology-Based Economy
(Case Study of Pahang, Talawi, Batu Bara)***

Endang Suriyani Munthe^{1*}, Nasya Wahyuni², Syairah Nasution³, Imsar⁴

¹⁻⁴Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

Email: endangmunthe65@gmail.com^{1*}, nasyawahyuni29@gmail.com², syairahnasution@gmail.com³,
imsar@uinsu.ac.id⁴

*Penulis korespondensi: endangmunthe65@gmail.com¹

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 12 Desember 2025

Revisi: 11 Januari 2026

Diterima: 02 Februari 2026

Terbit: 09 Februari 2026

Keywords: *Economic Strengthening
Strategy; Google Maps; MSME
Digitalization; Pahang Village;
Rengginang MSMEs*

Abstract. *This study aims to analyze the effectiveness of Rengginang MSME registration on Google Maps as a strategy to strengthen the economy in Pahang Village, Babata Village. The background of the research shows that most MSMEs still rely on conventional marketing so that business visibility is relatively low. With a qualitative case study approach, this study explores the experience of the owner of Rengginang Azam MSMEs, Mrs. Siti, who registered her business location on Google Maps. The results of the study show that digitalization through Google Maps has a positive impact in the form of increasing accessibility and reach for customers, especially from outside the village. Location registration allows customers to find more complete information about products and locations, increasing the number of visits to the store. The real impact felt is an increase in sales and profits without additional promotional costs. This study concludes that the use of Google Maps as a digital promotional medium is an effective strategy in strengthening the competitiveness of MSMEs in the digital era. In addition, this finding confirms the importance of digital literacy for MSME actors to utilize technology as a means of business development and strengthening the local economy.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas pendaftaran UMKM Rengginang di Google Maps sebagai strategi penguatan ekonomi di Desa Pahang, Batu Bara. Latar belakang penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih mengandalkan pemasaran konvensional sehingga visibilitas usaha relatif rendah. Dengan pendekatan kualitatif studi kasus, penelitian ini menggali pengalaman pemilik UMKM Rengginang Azam, Ibu Siti, yang mendaftarkan lokasi usahanya di Google Maps. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi melalui Google Maps memberikan dampak positif berupa peningkatan aksesibilitas dan jangkauan pelanggan, terutama dari luar desa. Pendaftaran lokasi usaha memungkinkan pelanggan menemukan informasi lebih lengkap mengenai produk dan lokasi, sehingga meningkatkan jumlah kunjungan ke toko. Dampak nyata yang dirasakan adalah peningkatan penjualan dan keuntungan tanpa biaya promosi tambahan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan Google Maps sebagai media promosi digital merupakan strategi efektif dalam memperkuat daya saing UMKM di era digital. Selain itu, temuan ini menegaskan pentingnya literasi digital bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengembangan usaha dan penguatan ekonomi lokal.

Kata Kunci: Desa Pahang; Digitalisasi UMKM; Google Maps; Strategi Penguatan Ekonomi; UMKM Rengginang

1. PENDAHULUAN

Desa Pahang di Kecamatan Talawi, Kabupaten Batu Bara adalah salah satu wilayah yang mengalami pertumbuhan populasi dan bisnis yang pesat. Bisnis yang berkembang di daerah ini sangat beragam, mulai dari kuliner hingga jasa hingga bisnis sehari-hari. Namun, banyak UMKM di wilayah tersebut masih menggunakan metode pemasaran konvensional, seperti papan nama dan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini pasti membatasi jangkauan iklan mereka, terutama mengingat mobilitas yang meningkat dan ketergantungan masyarakat pada teknologi digital.

Studi ini dimulai dengan mempelajari bagaimana UMKM di desa Pahang menggunakan Google Maps sebagai alat promosi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi kepada literatur tentang digitalisasi UMKM dan memberi pelaku usaha kecil contoh praktis untuk membuat strategi pemasaran yang efektif.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis penggunaan Google Maps sebagai media promosi usaha oleh UMKM. Fokus analisis meliputi prosedur pendaftaran, pengelolaan akun, efek terhadap jumlah pelanggan, dan persepsi pelaku usaha tentang kinerja Google Maps. Harapan kami adalah penelitian ini akan menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang bagaimana teknologi digital berkontribusi pada keberlangsungan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia.(Hidayah, 2025).

2. METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mahasiswa membantu mengembangkan UMKM Rengginang di Desa Pahang, Kecamatan Talawi, Kabupaten Batu Bara melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Studi ini dirancang sebagai studi kasus. Pengamatan langsung di lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi aktivitas selama KKN digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Penelitian ini melibatkan pelaku usaha rengginang azam, mahasiswa KKN UIN Sumatera Utara, dan aparat dan anggota masyarakat desa sebagai pihak terkait. Penelitian ini menekankan penggunaan Google Maps sebagai alat digitalisasi bisnis.

Perencanaan program kerja KKN dimulai dengan melihat tempat usaha yang akan dituju. Setelah itu, siswa melakukan observasi langsung dan berbicara dengan pemilik bisnis untuk mempelajari kondisi bisnis dan peluang pengembangan. Selain itu, pemilik usaha menerima bimbingan dan pelatihan teknis dari mahasiswa KKN mengenai penggunaan aplikasi Google Maps sebagai alat pendukung pemasaran digital produk rengginang, yang merupakan salah satu produk unggulan khas Kabupaten Batu Bara.(Qarni et al., 2025)

Hasil pelaksanaan di lapangan menunjukkan bahwa program kerja ini mencakup semua tugas mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dalam satu hari, yaitu pada 20 Agustus 2025. Program ini dilaksanakan di Kedai Rengginang Azam milik Ibu Siti di Dusun V, Desa Pahang, Kecamatan Talawi, Kabupaten Batu Bara. Ini adalah hasil kerja sama antara mahasiswa KKN UIN Sumatera Utara dan pemilik kedai. Aktivitas utama difokuskan pada penggunaan Google Maps sebagai alat yang efektif untuk digitalisasi usaha kecil dan menengah (UMKM), dengan memilih lokasi bisnis yang strategis dan mudah dijangkau serta berada di jalur lalu lintas utama untuk meningkatkan visibilitas dan keterjangkauan bisnis.

3. HASIL PENELITIAN

Proses Pendaftaran UMKM Rengginang di Google Maps

Salah satu jenis kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat melalui berbagai kegiatan yang direncanakan dan berkelanjutan dikenal sebagai pengabdian kepada masyarakat. Laporan ini membahas beberapa aspek pengabdian, salah satunya adalah membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Pahang Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara berkembang dengan menggunakan platform digital seperti Google Maps.

Sebaliknya, UMKM di Desa Pahang Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara menghadapi masalah besar, yaitu kurangnya visibilitas lokasi bisnis karena kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital. Sulit bagi calon pelanggan untuk menemukan pusat produksi karena tidak banyak pelaku UMKM yang mendaftarkan alamat bisnis mereka di Google Maps. Karena kurangnya kesadaran akan pentingnya peran teknologi digital dalam mendukung pemasaran dan penjualan, keadaan menjadi lebih buruk. Akibatnya, pendampingan dan edukasi diperlukan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital pelaku UMKM.

Selama satu bulan, pengabdian untuk UMKM lokal Desa Pahang Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara difokuskan pada sosialisasi dan pemetaan Google Maps lokasi produksi UMKM lokal Desa Pahang. Rengginang dijual oleh beberapa perusahaan kecil dan menengah (UMKM). Dilakukan melalui survei turun lapangan ke setiap UMKM untuk mensosialisasikan pentingnya pemetaan Google Maps bagi para pelaku UMKM ini. Setelah memberikan sosialisasi, gunakan Google Earth untuk menemukan titik koordinat setiap UMKM. Setelah mendapatkan titik koordinat, setiap UMKM diberi email pribadi untuk memantau dan mengakses review Google Maps mereka sendiri. (Ruby, 2024)

Untuk menambahkan lokasi bisnis ke Google Maps, Anda harus membuat profil bisnis Google terlebih dahulu, dan kemudian Anda dapat melakukannya, sebagai berikut:

Pertama, Buka situs Google Bisnis dengan akun Google Anda.

Kedua, Isi nama bisnis Anda di bagian berikutnya, "Cari dan kelola bisnis Anda."

Ketiga, pilih "buat bisnis dengan nama ini" atau "tambahkan bisnis ke Google".

Keempat, cari "Nama Bisnis" dan "Kategori Bisnis". Jika Anda ingin kategori bisnis seperti restoran, retail, dll., klik "Berikutnya".

Kelima, Anda dapat memilih apakah lokasi perusahaan akan ditampilkan di Google Maps. Jika bisnis terbuka untuk umum, pilih "Ya" dan klik "berikutnya".

Keenam, Masukkan alamat bisnis Anda ke Google Maps dan masukkan informasi yang relevan. Kemudian, klik "Berikutnya".

Ketujuh, Sesuaikan lokasi titik peta dengan lokasi bisnis Anda.

Kedelapan, Klik "Berikutnya" setelah mengisi apakah ingin layanan datang ke rumah atau pengantaran.

Sembilan, memasukkan informasi kontak telepon dan situs web perusahaan. Jika bisnis Anda belum memiliki situs web, centang "Saya tidak memiliki situs web."

Sepuluh, Jika Anda ingin melanjutkan pengisian, klik "Berikutnya" atau klik "lewati" untuk melanjutkannya.

Sebelas, Klik "Berikutnya" setelah Google memverifikasi Anda.

Dua belas, Anda dapat menambah jam kerja dan deskripsi bisnis di halaman berikutnya, serta foto dan fitur pesan.

Terakhir, Anda kemudian akan dibawa ke halaman pencarian Google yang berisi informasi tentang perusahaan Anda dan Anda dapat mengedit profil di halaman tersebut untuk melengkapi informasi yang diperlukan.

Persepsi Pelaku UMKM terhadap Penggunaan Google Maps

Google Maps merupakan salah satu produk Google yang memungkinkan pengguna mendapatkan informasi tentang tempat dan penunjuk jalan. Namun, saat ini, Google Maps juga berfungsi sebagai media promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan penggunanya informasi yang relevan. (Ariyanto & Samsudin, 2025) Kegunaannya adalah Konsumen dapat lebih mudah menemukan bisnis dengan profil Google Maps, mendapatkan informasi terkait produk, dan meningkatkan kepercayaan online dengan bisnis. (Nova et al., 2025)

Menurut survei dan wawancara dengan pemilik UMKM Rengginang Azam, Ibu Siti, di Desa Pahang, Kecamatan Talawi, Kabupaten Batu Bara, terbukti bahwa mendaftarkan bisnis

di Google Maps meningkatkan penjualan dan memudahkan pembeli menemukan bisnisnya, terutama bagi pembeli dari luar desa yang sebelumnya mengalami kesulitan menemukannya.

Dinilai bahwa keberadaan UMKM Rengginang Azam di Google Maps tidak hanya mempermudah akses, tetapi juga membantu memperluas basis pelanggan. Calon pembeli lebih yakin untuk datang langsung ke toko dengan informasi seperti lokasi, jam buka, dan petunjuk arah yang tersedia di aplikasi. Ini meningkatkan jumlah pembeli, terutama dari orang-orang yang berjalan di sekitar lokasi bisnis.

Secara keseluruhan, Ibu Siti mengatakan bahwa digitalisasi usaha melalui Google Maps sangat membantu keberlangsungan dan pengembangan UMKM Rengginang Azam. Aplikasi ini mudah digunakan dan membantu bisnis menjadi lebih terkenal tanpa biaya tambahan dan meningkatkan visibilitas bisnis tanpa biaya tambahan, yang membuatnya sangat bermanfaat bagi usaha skala kecil di pedesaan.

Dampak Pendaftaran terhadap Jumlah Konsumen dan Penjualan

Pemilik UMKM yang ada di Dusun 5 Desa Pahang dapat dengan mudah mendaftarkan lokasi usaha mereka di Google Maps dan menggunakannya untuk mengoptimalkan strategi pemasaran bisnis mereka karena konsumen dapat melihat informasi bisnis mereka secara menyeluruh. Konsumen juga dapat mengetahui lokasi bisnis, situs web, jam kerja, dan ulasan pelanggan yang telah membeli produk kami.

Program pendaftaran lokasi UMKM Dusun 5 Desa Pahang membantu bisnis. Bisnis yang telah didaftarkan memiliki peluang yang lebih besar untuk ditemukan oleh calon pelanggan, yang pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan penjualan dan keuntungan yang lebih besar. Selain itu, dengan mendaftarkan lokasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Dusun 5 Desa Pahang di Google Maps, lokasi bisnis secara otomatis akan ditampilkan dan terhubung ke platform Google Maps. Ini akan memudahkan pelanggan yang ingin mengunjungi bisnis dan membeli barang secara langsung dengan sistem navigasi Google Maps. (Romdonah & Rizal, n.d.)

4. KESIMPULAN

Studi ini menganalisis manfaat pendaftaran UMKM Rengginang di Google Maps sebagai strategi penguatan ekonomi berbasis teknologi di Desa Pahang, Talawi, Batu Bara. Ini dilakukan karena banyak UMKM di daerah tersebut masih bergantung pada pemasaran tradisional dan tidak memiliki visibilitas lokasi yang baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran nyata tentang manfaat digitalisasi usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan desain studi kasus yang melibatkan pendampingan

mahasiswa KKN UIN Sumatera Utara kepada pemilik Kedai Rengginang Azam. Proses penelitian meliputi sosialisasi, pemetaan titik koordinat, pembuatan email khusus, dan pendaftaran profil bisnis di Google Maps. Dengan tahapan pendaftaran ini, bisnis kecil dan menengah (UMKM) dapat memberikan informasi detail seperti lokasi, jam kerja, dan nomor telepon. Ini secara signifikan meningkatkan visibilitas digital mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Rengginang Azam mendapatkan manfaat besar dari digitalisasi Google Maps. Menurut persepsi pelaku usaha, keberadaan bisnis di Google Maps membuat pembeli lebih praktis ketempat lokasi, terutama mereka yang tinggal di luar desa. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa Google Maps bukan hanya berfungsi sebagai penunjuk jalan, tetapi juga sebagai sarana promosi yang gratis dan efektif yang memberikan informasi tentang berbagai produk dan lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, M. A. H., & Samsudin, A. (2025). Pengembangan sumber daya manusia pada UMKM Desa Sepande dalam menghadapi digitalisasi. *Jurnal Sinabis*, 1, 785–791. <https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis/article/view/258>
- Effendi, A., & Sari, R. (2022). Pendampingan pemanfaatan digital marketing berbasis Google Business pada UMKM. *Jurnal Abdimas Patikala*, 2(1), 442–447. <https://journal.patikala.ac.id/index.php/abdimas/article/view/312>
- Hidayah, I. (2025). Peran Google Maps dalam meningkatkan visibilitas UMKM: Studi kasus di Kecamatan Cileungsi, Jawa Barat. *Jurnal Vokasi Kewirausahaan*, 1(1), 37–41. <https://doi.org/10.37373/jvk.v1i1.1875>
- Munthe, A. (2023). Optimalisasi bisnis lokal (UMKM) Desa Gunung Selamat melalui Google Maps. *IKA BINA EN PABOLO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 112–118. <https://jurnal.ika-bina.ac.id/index.php/abdimaspkm/article/view/214>
- Nova, S., Harahap, R., Hapshani, N. F., & Fadil, M. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui optimalisasi digitalisasi usaha berbasis Google Maps di Desa Raya Dusun IV. *E-Journal of Innovation and Community Service*, 4(1), 22–34. <https://doi.org/10.58812/ejincs.v4i01>
- Pradana, Z. H., Larasati, S., & Praja, M. P. K. (2024). Peningkatan visibilitas UKM dengan pemanfaatan Google Maps untuk menjangkau pelanggan lebih luas. *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, 1(1), 1–8. <https://jurnalpkm.id/index.php/renata/article/view/107>
- Putri, R. A., Madina, F. N., Al Arifi, M. B., & Dhiasyauqi, R. (2024). Pendaftaran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Google Maps: Studi pengabdian di Jongor 1 Desa Sarimahi. *Prosiding UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 5(4), 1–12. <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/5470>
- Qarni, W., Lingga, I. B., Syafira, L., Sembiring, B., Haryanti, A., & Lidia, R. (2025). Pendampingan digital UMKM melalui pemetaan lokasi usaha berbasis Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(1), 45–53. <https://journal.pengabdiannusantara.id/index.php/jpmn/article/view/412>

- Rahmanida, S. E., Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., & Rahmawati, R. (2025). Pendampingan UMKM dalam pendaftaran lokasi bisnis di Google Maps sebagai strategi peningkatan jangkauan konsumen. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 147–153. <https://jise.uniku.ac.id/index.php/welfare/article/view/175>
- Romdonah, U. K., & Rizal, L. F. (2023). Upaya peningkatan penjualan pada UMKM Dusun 3 Desa Pamanukan melalui pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. *Prosiding UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 3(5), 210–218. <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/3646>
- Ruby, A. R. A. Y. (2024). Kolaborasi pengajaran teknologi dan pemberdayaan masyarakat: Penguatan literasi digital UMKM melalui pemetaan Google Maps di Trenggalek. *Jurnal Abdimas Teknologi dan Masyarakat*, 2(2), 89–97. <https://journal.atm.or.id/index.php/abdimas/article/view/198>
- Sitanggang, S., Utama, I., & Harahap, P. (2025). Pendampingan pendaftaran UMKM di Google Maps sebagai upaya peningkatan visibilitas usaha desa. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 9(3), 55–62. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/5979>
- Supriyadi, R., & Putra, B. (2024). Strategi digitalisasi UMKM melalui Google Maps dalam meningkatkan daya saing usaha lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis Digital*, 8(1), 55–63. <https://jabdigital.org/index.php/jabd/article/view/301>
- Wibowo, H., & Nugraha, F. (2022). Pemanfaatan WhatsApp Business dan Google Maps sebagai alat pemasaran UMKM tahu. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 6(2), 101–109. <https://ejournal.unpam.ac.id/index.php/jam/article/view/1456>
- Yuliana, D., & Prasetyo, A. (2021). Transformasi digital UMKM melalui pemanfaatan platform lokasi berbasis teknologi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(2), 87–95. <https://journal.ebd.ac.id/index.php/ebd/article/view/92>