



Peran Pemetaan Digital (Go Maps) dalam Pengembangan Ekonomi Lokal

(Studi Kasus UMKM Desa Susuk)

Riskha Setianingsih¹, Umi Nur Habibah², Siti Ardianti³, Nurbaiti^{4*}

¹⁻⁴ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email: meddysetiady1978@gmail.com¹, uminrhbb10@gmail.com², sitiardianti@uinsu.ac.id³,

nurbaiti@uinsu.ac.id^{4*}

*Penulis Korespondensi: nurbaiti@uinsu.ac.id

Abstract. This study discusses the role of digital mapping through Google Maps (Go Maps) in supporting local economic development, using a case study of MSMEs in Susuk Village, Tiganderket District, Karo Regency. The method employed is Participatory Action Research (PAR), an approach that actively involves the community and MSME actors throughout the research process—from location identification, data collection, and documentation to the digitalization of business points using the Google Maps platform. This collaborative method not only ensures accurate data representation but also strengthens the sense of ownership among participants. The findings indicate that digital mapping significantly contributes to enhancing the visibility, accessibility, and overall image of local MSME businesses. With business locations accurately listed on Google Maps, consumers can easily locate and access the products and services offered in Susuk Village. Moreover, this initiative helps improve the digital literacy of MSME actors, particularly in understanding the importance of maintaining an online presence in a technology-driven economy. The availability of more professional business profiles on digital platforms also increases consumer trust and opens broader marketing opportunities. Overall, digital mapping through Go Maps proves to be an effective strategy for strengthening MSME competitiveness and supporting sustainable local economic development.

Keywords: Digital Mapping; Google Maps; Local Economy; MSMEs; Susuk Village.

Abstrak. Penelitian ini membahas peran pemetaan digital melalui Google Maps (Go Maps) dalam pengembangan ekonomi lokal dengan studi kasus pada UMKM di Desa Susuk, Kecamatan Tiganderket, Kabupaten Karo. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), yakni pendekatan yang melibatkan masyarakat dan pelaku UMKM secara aktif dalam seluruh proses penelitian, mulai dari identifikasi lokasi, pengumpulan data, dokumentasi, hingga digitalisasi titik-titik usaha melalui platform Google Maps. Pendekatan ini memungkinkan kolaborasi langsung sekaligus meningkatkan rasa memiliki terhadap hasil yang dicapai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemetaan digital berkontribusi signifikan dalam meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, dan citra usaha para pelaku UMKM. Dengan tercantumnya lokasi usaha secara akurat di Google Maps, konsumen dapat dengan mudah menemukan produk dan layanan yang tersedia di Desa Susuk. Selain itu, kegiatan ini turut mendorong peningkatan literasi digital bagi pelaku UMKM, terutama terkait pentingnya kehadiran online dalam era ekonomi berbasis teknologi. Munculnya profil usaha yang lebih profesional di platform digital juga memperkuat kepercayaan konsumen dan membuka peluang pemasaran yang lebih luas. Secara keseluruhan, pemetaan digital melalui Go Maps terbukti menjadi strategi efektif dalam memperkuat daya saing UMKM serta mendukung pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Kata kunci: Desa Susuk; Ekonomi Lokal; Google Maps; Pemetaan Digital; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan pengembangan usaha. Di era digital, kemampuan mengakses dan memanfaatkan teknologi menjadi keunggulan kompetitif yang dapat menentukan keberhasilan suatu usaha, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peranan strategis dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap hampir 97% tenaga kerja nasional (Arisandi *et al.*, 2025). Data ini menunjukkan

bahwa penguatan UMKM dapat berimplikasi langsung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Namun demikian, meskipun kontribusinya besar, masih banyak UMKM di wilayah pedesaan yang menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan promosi, pemasaran, akses informasi, serta rendahnya literasi digital pelaku usaha. Banyak pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran tradisional yang terbatas pada promosi dari mulut ke mulut dan pemasaran manual, sehingga jangkauan pasar hanya sebatas lingkungan sekitar (Karmila *et al.*, 2025). Tantangan lain adalah rendahnya literasi digital pelaku usaha sehingga berdampak pada kurang optimalnya pemanfaatan platform digital untuk promosi dan branding usaha (Sucipto *et al.*, 2025).

Digitalisasi pemasaran menjadi solusi untuk menjawab tantangan tersebut. Pemasaran digital tidak hanya menawarkan efisiensi biaya tetapi juga memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Salah satu platform digital yang memiliki potensi besar dalam mendukung UMKM adalah Google Maps (Go Maps). Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi penunjuk lokasi, tetapi juga telah berkembang menjadi media promosi interaktif melalui Google Business Profile, yang memungkinkan pelaku UMKM menampilkan informasi usaha lengkap, mulai dari lokasi, foto, kontak usaha, hingga ulasan dan rating pelanggan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps mampu meningkatkan visibilitas usaha, mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha, serta meningkatkan kredibilitas usaha melalui ulasan pelanggan (Karmila *et al.*, 2025). Bahkan, pelatihan literasi digital bagi pelaku UMKM di Makassar terbukti meningkatkan kemampuan dan kepercayaan diri pelaku usaha dalam mengelola akun Google Maps dan media sosial sebagai strategi pemasaran digital (Sucipto *et al.*, 2025).

Namun, pemanfaatan teknologi digital dalam UMKM tidak selalu berjalan mudah. Pelaku UMKM masih banyak yang belum memahami manfaat pemetaan digital dan cara mengoptimalkannya sebagai sarana pemasaran. Studi di Desa Burangkeng menunjukkan bahwa minimnya literasi digital dan keterbatasan akses teknologi menyebabkan pemilik UMKM belum mampu memanfaatkan Google Maps secara mandiri (Arisandi *et al.*, 2025). Kondisi yang sama juga ditemukan pada beberapa UMKM yang masih sangat bergantung pada pemasaran dari mulut ke mulut, sehingga konsumen sulit menemukan lokasi usaha jika tidak mendapatkan informasi dari orang lain (Karmila *et al.*, 2025). Situasi ini menunjukkan perlunya pendampingan dan pemahaman lebih lanjut mengenai pentingnya pemetaan digital sebagai salah satu strategi pemasaran modern.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini berusaha mengkaji bagaimana pemetaan digital melalui Go Maps dapat digunakan sebagai strategi pengembangan ekonomi lokal di Desa Susuk yang memiliki beragam potensi UMKM. Penelitian ini memfokuskan diri pada proses penerapan Go Maps pada UMKM Desa Susuk, perubahan yang dirasakan pelaku usaha setelah terdaftar dalam Google Maps, serta kendala yang dihadapi dalam proses digitalisasi. Dengan demikian, muncul beberapa pertanyaan penelitian, yaitu: bagaimana proses pemanfaatan pemetaan digital pada UMKM Desa Susuk, sejauh mana pemetaan digital berpengaruh terhadap peningkatan visibilitas dan aksesibilitas usaha, serta apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam penerapannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Go Maps dalam meningkatkan pemasaran UMKM, memahami dampaknya terhadap peningkatan jumlah kunjungan konsumen dan visibilitas usaha, serta mengidentifikasi hambatan yang dihadapi pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform tersebut.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai peran digitalisasi dan pemetaan berbasis lokasi dalam pemberdayaan UMKM berbasis desa. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberi manfaat langsung bagi pelaku UMKM Desa Susuk melalui pemahaman mengenai strategi promosi digital yang murah, efektif, dan relevan dengan perkembangan zaman. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi rujukan bagi pemerintah desa atau pendamping UMKM dalam menyusun program strategis pengembangan ekonomi berbasis digital, sebagaimana ditunjukkan pada beberapa program pemberdayaan UMKM yang berhasil meningkatkan akses pasar setelah penerapan Google Maps . Dengan meningkatnya visibilitas UMKM melalui Go Maps, diharapkan pengembangan ekonomi lokal di Desa Susuk dapat terwujud secara lebih terarah, terukur, dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Pemetaan Digital

Ilmu yang mempelajari teknik pembuatan peta disebut kartografi. Tujuan kartografi ialah mengubah bentuk permukaan bumi yang bulat menjadi tampilan datar yang biasa disebut dengan peta. Secara umum peta terbagi menjadi dua jenis, yaitu peta konvensional dan peta digital. Peta konvensional dibuat secara manual atau analog dan biasanya dicetak di atas kertas sehingga sulit untuk diperbarui. Sementara itu, peta digital lebih fleksibel karena datanya tersimpan dalam media penyimpanan dan dapat diubah atau diperbarui dengan mudah menggunakan teknologi digital (Euis et al., 2020).

Pemetaan digital merupakan cara menampilkan elemen - elemen geografis dalam bentuk digital yang digunakan untuk pengamatan dan analisis. Peta digital dapat dianggap sebagai gambaran permukaan bumi yang dikonversi ke bentuk digital menggunakan teknik proyeksi dengan skala tertentu. Berbeda dari peta kertas, peta digital ditampilkan lewat perangkat elektronik seperti komputer, laptop, atau handphone, dan biasanya memiliki ukuran besar dengan format file khusus yang diolah secara komputerisasi.

Dalam proses pembuatan peta digital, terdapat tiga teknologi utama yang saling terhubung, yaitu:

- 1) Perangkat GPS yang berfungsi untuk mendapatkan data posisi dengan ketepatan hingga kurang dari satu meter,
- 2) Perangkat pencatat data digital seperti PDA (Personal Digital Assistant) atau alat serupa.
- 3) Sistem Informasi Geografis (SIG) yang digunakan untuk mengolah dan menampilkan data spasial secara digital.

Dengan kombinasi ketiga elemen tersebut, peta digital mampu memberikan informasi geografis yang akurat, dinamis, dan mudah diakses (Nendi et al., 2024).

Google Maps (Go Maps)

Visualisasi data spasial pada dasarnya merupakan cara untuk menampilkan data yang berkaitan dengan lokasi di permukaan bumi. Dalam proses visualisasi ini, terdapat tiga bentuk utama data spasial yang digunakan yaitu titik, garis (polyline), dan area (poligon). Ketiga jenis data tersebut kemudian digambarkan melalui berbagai simbol agar informasi yang ditampilkan mudah dipahami.

Dalam penerapan Sistem Informasi Geografis (SIG), salah satu platform yang paling sering digunakan adalah Google Maps, karena selain menyediakan API (Application Programming Interface / Antarmuka Pemrograman Aplikasi) yang dapat diintegrasikan dengan berbagai teknologi lain, layanan ini juga gratis serta menampilkan peta satelit maupun peta kombinasi (Rohim et al., 2022).

Google Maps menjadi alat yang sangat efektif untuk memetakan lokasi, sebab platform ini mampu menampilkan informasi geografis yang akurat, terkini, dan mudah dibaca. Dalam konteks SIG, Google Maps memungkinkan penyatuan data geografis dengan peta secara online sehingga mempermudah proses analisis spasial secara lebih mendalam. Melalui pemanfaatan Google Maps, dapat mempertimbangkan faktor - faktor seperti jumlah penduduk, aksesibilitas jalan, serta kedekatan dengan fasilitas umum.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Google Maps dalam sistem SIG mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas akses layanan. Selain itu, integrasi antara Google Maps dan perangkat lunak SIG lain seperti QGIS memungkinkan tampilan peta yang lebih interaktif serta pengelolaan data yang lebih fleksibel (Rismayani, 2016) dalam (Sulpius et al., 2024).

Pengembangan Ekonomi Lokal

Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) dianggap sebagai strategi penting dalam upaya pembangunan untuk mencegah terjadinya pertumbuhan yang timpang (Najiyati dkk., 2015). Menurut Agustari dan Toni Kurniawan (2022), ketimpangan pertumbuhan terjadi karena adanya kesalahpahaman terhadap konsep pembangunan yang seharusnya berorientasi pada peningkatan kesejahteraan manusia. Oleh karena itu, pembangunan sosial berperan penting dengan menerapkan pendekatan menyeluruh yang berfokus pada masyarakat. Pendekatan ini menekankan pentingnya perencanaan intervensi yang responsif, terukur, dan terkoordinasi, agar tercipta keseimbangan antara program sosial dan kegiatan ekonomi.

Sementara itu, Mandisvika (2015) menjelaskan bahwa pengembangan ekonomi lokal merupakan proses kolaboratif antara berbagai pihak, seperti masyarakat, pemerintah, sektor swasta, dan lembaga non-pemerintah. Tujuannya adalah menciptakan kondisi yang mendukung pertumbuhan ekonomi serta memperluas kesempatan kerja di tingkat lokal. Dengan demikian, diharapkan aktivitas ekonomi masyarakat meningkat dan kesejahteraan sosial secara keseluruhan dapat terwujud (Hafidzha et al., 2023).

3. METODE PENELITIAN

Objek analisis dalam penelitian ini difokuskan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Susuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menekankan pada keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahap kegiatan. Proses penelitian dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara dengan pihak - pihak terkait, serta pemanfaatan pemetaan digital berbasis Google Maps untuk mendokumentasikan dan menganalisis potensi ekonomi lokal.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis lapangan, dimana peneliti bersama masyarakat dan pelaku UMKM Desa Susuk terlibat langsung dalam proses pengumpulan, verifikasi, serta digitalisasi data lokasi menggunakan Google Maps. Pendekatan ini memungkinkan partisipasi aktif masyarakat terutama pelaku usaha agar hasil penelitian lebih akurat dan sesuai dengan kondisi di lapangan. Metode penelitian meliputi observasi

langsung, wawancara, dokumentasi visual, serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemetaan wilayah. Adapun tahapan pelaksanaan penelitian dijabarkan sebagai berikut:

Identifikasi Lokasi

Tahap awal penelitian dilakukan dengan memetakan berbagai titik penting di Desa Susuk, khususnya lokasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kegiatan ini mencakup survei lapangan untuk mendata usaha seperti warung kopi, toko kelontong, kerajinan rumahan, serta fasilitas publik seperti masjid, sekolah, dan kantor pemerintahan desa. Pada tahap ini, tim peneliti berkoordinasi dengan perangkat desa untuk memperoleh data awal dan memastikan lokasi yang dipetakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Pengumpulan Data Lapangan

Setelah lokasi teridentifikasi, tim melakukan pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan pemilik UMKM dan pengelola tempat. Data yang dikumpulkan meliputi nama usaha, jenis usaha, alamat lengkap, jam operasional, harga yang dipasarkan, serta kontak yang bisa dihubungi. Informasi ini kemudian disusun secara sistematis untuk dimasukkan ke dalam sistem pemetaan digital agar tampilan di Google Maps menjadi lebih informatif dan profesional.

Dokumentasi Visual

Setiap lokasi yang sudah dikunjungi didokumentasikan menggunakan kamera handphone. Foto - foto yang diambil berfungsi sebagai bukti visual sekaligus pelengkap saat mengajukan penambahan lokasi ke Google Maps. Dokumentasi ini juga membantu pengguna mengenali tempat melalui tampilan gambar yang muncul di hasil pencarian, sehingga memperkuat daya tarik dan kepercayaan publik terhadap UMKM tersebut.

Pemetaan Digital melalui Google Maps

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diunggah ke Google Maps menggunakan fitur “Tambahkan Tempat”. Proses input dilakukan dengan mencantumkan nama usaha, kategori, alamat, koordinat GPS, jam buka, harga, dan foto lokasi. Google kemudian memverifikasi data sebelum menampilkan lokasi secara publik. Tahapan ini memerlukan ketelitian agar informasi yang disajikan akurat dan mudah ditemukan oleh pengguna.

Melalui kegiatan pemetaan digital ini, data lengkap tentang lokasi, jenis usaha, dan dokumentasi visual berhasil diunggah dan diverifikasi, sehingga meningkatkan visibilitas UMKM serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal Desa Susuk.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian (Versi Penjelasan Lebih Lengkap)

Penelitian ini dilakukan di Desa Susuk, salah satu desa yang berada di wilayah administratif Kecamatan Tigan Derket, Kabupaten Karo. Desa Susuk memiliki luas wilayah yang relatif besar dan terdiri atas beberapa dusun dengan karakteristik masyarakat yang heterogen. Dari aspek geografis, desa ini memiliki akses jalan yang telah terhubung dengan kecamatan serta kabupaten, sehingga memungkinkan kegiatan ekonomi dan mobilitas masyarakat berjalan cukup baik.

Secara demografis, masyarakat Desa Susuk sebagian besar bekerja pada sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama. Pertanian di desa ini masih dikelola secara tradisional dengan keterbatasan teknologi dan akses pemasaran, sehingga hasil panen belum memberikan nilai ekonomi yang optimal bagi warga . Selain bertani, sebagian kecil masyarakat menjalankan usaha mikro seperti kedai, warung kopi, dan agen penampungan hasil panen sebagai sumber pendapatan tambahan. Namun, jumlah UMKM di desa masih sangat terbatas sehingga sektor pertanian tetap menjadi tulang punggung perekonomian keluarga. Dengan kondisi tersebut, pengembangan usaha berbasis digital menjadi peluang strategis untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan masyarakat.

Kondisi sosial masyarakat Desa Susuk menunjukkan bahwa warga memiliki antusiasme tinggi dalam menerima inovasi dan pendampingan dari mahasiswa KKN. Dalam kegiatan pendataan UMKM, mahasiswa mencatat adanya minat yang cukup besar dari pelaku usaha untuk memperluas jaringan pemasaran, namun mereka masih memiliki keterbatasan terutama dalam hal digitalisasi usaha. Hal ini menjadikan Desa Susuk sebagai lokasi yang relevan untuk pengembangan program pemetaan digital berbasis Google Maps.

Dari sisi infrastruktur digital, Desa Susuk belum sepenuhnya memiliki jaringan internet yang stabil di seluruh wilayah. Pada saat pelaksanaan program Go Maps, ditemukan bahwa akses internet di beberapa titik desa masih kurang mendukung proses unggah data lokasi secara langsung ke Google Maps, sehingga mahasiswa harus berpindah ke area dengan sinyal lebih kuat agar proses input berjalan lancar. Kendati demikian, proses digitalisasi UMKM tetap dapat terlaksana dengan baik melalui strategi *input real-time* pada lokasi yang memiliki jaringan lebih stabil.

Secara keseluruhan, pemilihan Desa Susuk sebagai lokasi penelitian didasari oleh kondisi desa yang memiliki potensi ekonomi, namun belum berkembang optimal karena jumlah UMKM masih terbatas dan sebagian besar bergerak pada usaha sederhana seperti kedai, warung kopi, dan agen penampungan hasil panen. Meskipun demikian, keterbukaan

masyarakat terhadap sosialisasi dan inovasi digital menjadi faktor pendukung penting dalam penerapan program pemetaan digital melalui Google Maps. Melalui digitalisasi lokasi usaha, UMKM yang sebelumnya kurang dikenal dan sulit ditemukan secara daring kini memiliki identitas digital sehingga berpeluang menjangkau konsumen di luar wilayah desa. Dengan demikian, Desa Susuk merupakan lokasi yang strategis untuk penerapan digitalisasi UMKM karena adanya kebutuhan nyata untuk meningkatkan akses informasi dan pemasaran berbasis teknologi.

Tahapan Implementasi Pemetaan Digital Go Maps

Tahapan implementasi program Go Maps dimulai dengan tahap perencanaan, di mana mahasiswa KKN melakukan observasi awal untuk mengidentifikasi permasalahan terkait akses informasi dan pemasaran di Desa Susuk. Hasil observasi menunjukkan bahwa banyak lokasi penting seperti kantor desa, sekolah, posyandu, rumah ibadah, serta UMKM belum tercantum di Google Maps, sehingga menyulitkan pendatang maupun tamu desa dalam menemukan lokasi yang dituju. Di sisi lain, pelaku UMKM juga belum memiliki eksistensi digital dan masih bergantung pada pemasaran tradisional, sehingga potensi ekonomi desa kurang berkembang. Menyadari kondisi ini, mahasiswa merumuskan tujuan program, yaitu memudahkan akses informasi publik, memperkenalkan UMKM ke platform digital, serta memberdayakan masyarakat agar mampu mengelola pembaruan data lokasi secara mandiri. Perencanaan dilakukan melalui koordinasi dengan kepala desa, penentuan kategori lokasi yang perlu dipetakan, penyusunan jadwal kegiatan, dan pembagian tugas mulai dari pendokumentasian, pengambilan koordinat GPS, hingga proses verifikasi di Google Maps.

Tahap berikutnya adalah sosialisasi, yang dilakukan secara *door to door* dengan mendatangi warga dan pemilik UMKM. Metode ini dipilih karena lebih efektif dan sesuai dengan kondisi sosial masyarakat desa. Mahasiswa memberikan penjelasan mengenai pentingnya pencantuman lokasi di Google Maps sebagai sarana promosi gratis, memperluas jangkauan pasar, serta membantu masyarakat luar desa menemukan lokasi usaha dengan mudah. Dalam proses sosialisasi, terjadi interaksi dua arah sehingga pelaku usaha dapat bertanya langsung mengenai manfaat dan cara teknis penggunaan Google Maps. Sosialisasi ini disambut antusias oleh warga dan pelaku usaha, yang merasa dilibatkan dan menerima manfaat langsung dari kegiatan tersebut .

Tahap pelaksanaan merupakan inti kegiatan, yaitu proses pendataan lokasi dan penginputan titik lokasi ke Google Maps secara langsung di lapangan. Kegiatan dilaksanakan dengan berkeliling desa untuk mengunjungi titik-titik strategis seperti UMKM, fasilitas umum, dan lokasi penting lainnya. Pada setiap titik yang dikunjungi, mahasiswa melakukan

dokumentasi foto, mencatat nama lokasi, kategori usaha, alamat, jam operasional (khusus UMKM), menentukan koordinat GPS, lalu langsung menambahkan data pada aplikasi Google Maps menggunakan fitur “*Tambahkan Tempat*”. Metode *real-time input* ini dipilih untuk menghemat waktu dan menghindari kehilangan data. Dalam dua hari pelaksanaan, puluhan titik lokasi berhasil ter-input dan muncul di Google Maps .

Tahap terakhir adalah evaluasi, yang dilakukan untuk memastikan seluruh lokasi tercatat dengan akurat dan proses verifikasi Google berjalan dengan baik. Evaluasi teknis meliputi pengecekan ulang koordinat lokasi dan pemantauan status verifikasi. Kendala yang muncul yaitu sinyal internet yang kurang stabil di beberapa titik lokasi, namun dapat diatasi dengan mengunggah data dari area yang memiliki jaringan lebih baik . Dari sisi manfaat, masyarakat memberikan respons positif karena lokasi penting kini mudah ditemukan dan pemilik UMKM merasa terbantu karena usaha mereka dapat dilihat oleh pengguna Google Maps dari berbagai daerah. Pemerintah desa juga menyatakan bahwa pemetaan ini memudahkan pelayanan publik dan koordinasi dengan pihak luar . Melalui tahapan ini, kegiatan Go Maps dinilai berhasil dan disarankan untuk dilanjutkan secara mandiri oleh perangkat desa agar pembaruan lokasi dapat terus dilakukan.

Dampak Implementasi Go Maps terhadap Pengembangan Ekonomi Lokal

Peningkatan Visibilitas dan Aksesibilitas UMKM

Pemetaan digital melalui Google Maps memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan visibilitas UMKM Desa Susuk. Sebelum program dijalankan, banyak UMKM dan lokasi penting di desa belum terdaftar di Google Maps, sehingga sulit ditemukan oleh pengunjung maupun masyarakat luar yang belum familiar dengan wilayah desa . Setelah dilakukan pendataan dan penambahan lokasi, puluhan titik usaha seperti warung kopi, kedai makanan, dan fasilitas umum berhasil dimasukkan ke Google Maps . Kini, siapa pun dapat menemukan UMKM hanya dengan mengetik nama atau kategori usaha di Google Maps. Hal ini mempermudah calon konsumen dari luar daerah menemukan lokasi UMKM tanpa harus bertanya langsung ke warga. Bahkan, pemilik UMKM mengakui bahwa usaha mereka lebih mudah dilihat oleh pengguna Google Maps dari berbagai daerah, yang membuka peluang peningkatan jumlah konsumen . Dengan demikian, visibilitas digital ini memberi dampak pada meningkatnya aksesibilitas dan potensi transaksi bagi UMKM desa.

Efisiensi Promosi dan Penguatan Branding UMKM

Go Maps bukan hanya sekadar penanda lokasi, tetapi juga sarana promosi gratis dan efektif bagi UMKM. Tim KKN tidak hanya menambahkan UMKM ke Maps, tetapi juga membantu pembuatan branding seperti logo, spanduk, menu, dan identitas visual usaha .

Informasi usaha yang telah diunggah dilengkapi dengan foto lokasi dan produk, sehingga meningkatkan daya tarik di mata konsumen. Branding ini memperkuat citra usaha dan menambah kepercayaan konsumen terhadap kredibilitas UMKM. Melalui publikasi digital tersebut, UMKM Desa Susuk kini mampu dikenal lebih luas dibanding sebelumnya yang hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Branding yang kuat menjadi modal penting untuk meningkatkan daya saing produk dan mendorong pertumbuhan penjualan secara berkelanjutan . Dengan demikian, Go Maps menjadi alat strategis dalam mengoptimalkan promosi tanpa biaya besar.

Peningkatan Literasi Digital Pelaku UMKM

Program Go Maps juga berdampak pada peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai penggunaan teknologi digital dalam pemasaran. Melalui proses sosialisasi *door to door*, pelaku UMKM diberi penjelasan tentang manfaat pencantuman lokasi di Google Maps, cara kerja platform digital, dan langkah teknis penambahan lokasi . Proses ini menciptakan interaksi dua arah, sehingga pelaku UMKM tidak hanya menerima informasi tetapi juga dapat bertanya langsung mengenai teknis penggunaan Maps. Banyak pelaku usaha yang awalnya tidak mengetahui tentang pemasaran digital menjadi antusias setelah melihat langsung bagaimana usaha mereka muncul di Maps. Program branding yang berjalan bersamaan turut mengedukasi UMKM tentang pentingnya identitas visual dalam menarik perhatian konsumen . Dengan demikian, literasi digital pelaku usaha meningkat, dan hal ini menjadi modal penting yang dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Penguatan Ekonomi Lokal dan Pemberdayaan Desa

Implementasi Go Maps berkaitan langsung dengan tujuan penguatan ekonomi desa. Desa Susuk memiliki potensi ekonomi yang masih rendah karena jumlah UMKM terbatas dan pemasaran bersifat tradisional . Dengan digitalisasi UMKM melalui Maps, akses konsumen menjadi lebih luas, dan peluang pertumbuhan ekonomi meningkat. Selain itu, kegiatan pendampingan ini memberdayakan perangkat desa dan pemuda agar mampu memperbarui lokasi secara mandiri, sehingga program dapat berkelanjutan dan tidak berhenti setelah KKN selesai . Go Maps juga mendukung pelayanan desa karena lokasi fasilitas umum kini lebih mudah ditemukan oleh tamu atau lembaga yang berkunjung . Dengan meningkatnya visibilitas UMKM dan potensi penjualan, ekonomi lokal ikut bergerak. Program ini menjadi bukti bahwa digitalisasi dapat menjadi langkah efektif dalam memperkuat fondasi ekonomi desa.

Hasil Pelaksanaan Program Go Maps

Pelaksanaan program Go Maps pada UMKM Desa Susuk menunjukkan bahwa pemetaan digital tidak hanya berfungsi sebagai proses penambahan titik lokasi pada Google Maps, tetapi juga sebagai strategi pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha. Proses pelaksanaan melibatkan survei lapangan, dokumentasi foto, pengumpulan data UMKM, hingga input lokasi secara langsung melalui fitur “Tambahkan Tempat” di aplikasi Google Maps . Melalui langkah tersebut, berbagai fasilitas publik seperti kantor desa, sekolah, posyandu, rumah ibadah, serta UMKM berhasil dipetakan dan masuk dalam sistem Google Maps. Kondisi ini memperkuat fungsi Google Maps sebagai media promosi dan pusat informasi desa yang sebelumnya belum optimal.

Keberhasilan program Go Maps tidak terlepas dari faktor pendukung yang signifikan. Pertama, adanya dukungan penuh dari pemerintah desa dan masyarakat yang berperan dalam memfasilitasi koordinasi dengan pelaku UMKM sehingga proses pendataan berjalan lancar. Pemerintah desa membantu akses lokasi dan membangun sinergi antara tim KKN dan masyarakat untuk keberlanjutan program . Kedua, antusiasme para pelaku UMKM menjadi pemicu utama keberhasilan program. Melalui sosialisasi *door to door*, UMKM menunjukkan respon positif dan merasa terbantu karena usaha mereka kini lebih mudah ditemukan oleh konsumen melalui Google Maps . Ketiga, kolaborasi internal tim KKN yang sistematis dengan pembagian tugas yang jelas—mulai dari dokumentasi, pencarian koordinat GPS, hingga input data—membuat pekerjaan berjalan lebih efektif . Bahkan, dalam program pendukung berupa branding UMKM, tim KKN tidak hanya membuat desain logo dan media promosi, tetapi juga memberikan pendampingan agar pelaku usaha mampu menggunakannya secara mandiri dan berkelanjutan .

Di sisi lain, pelaksanaan program ini juga menghadapi beberapa hambatan. Hambatan teknis berupa jaringan internet yang tidak stabil menjadi kendala utama, karena proses input data ke Google Maps memerlukan koneksi yang baik untuk mengunggah foto dan informasi lokasi. Mahasiswa harus berpindah ke lokasi yang memiliki sinyal lebih kuat agar data dapat terunggah dengan baik . Selain itu, hambatan non-teknis muncul dari rendahnya literasi digital sebagian pelaku UMKM. Beberapa pemilik usaha belum familiar dengan konsep branding dan belum memahami manfaat Google Maps sebagai sarana promosi, sehingga mahasiswa perlu memberikan pendampingan dan penjelasan secara berulang . Terbatasnya waktu pelaksanaan KKN juga menjadi kendala, karena tidak semua UMKM dapat didampingi secara berkala untuk mengembangkan branding maupun mengelola akun Google Maps mereka secara mandiri.

Meskipun demikian, hasil evaluasi menunjukkan bahwa program ini mampu memberikan dampak nyata bagi pengembangan ekonomi lokal. UMKM kini memiliki identitas digital yang dapat ditemukan melalui Google Maps, dan beberapa titik lokasi langsung muncul dalam waktu singkat setelah proses input . Publikasi digital melalui Google Maps juga membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Dengan demikian, digitalisasi pemetaan wilayah melalui Go Maps terbukti sebagai strategi efektif dalam mendorong pemasaran UMKM sekaligus meningkatkan aksesibilitas informasi publik di Desa Susuk.

5. KESIMPULAN

Program *Go Maps* yang diterapkan di Desa Susuk menunjukkan bahwa pemetaan digital mampu meningkatkan visibilitas UMKM dan fasilitas publik desa secara signifikan. Sebelum program ini dilaksanakan, banyak lokasi usaha tidak teridentifikasi secara digital sehingga sulit ditemukan oleh masyarakat luar. Setelah pendataan dan penambahan lokasi ke Google Maps, UMKM menjadi lebih mudah diakses dan ditemukan hanya dengan mencari nama usaha atau kategori layanan. Kondisi ini membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen lebih luas dibandingkan sebelumnya yang hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut.

Selain meningkatkan visibilitas, program ini juga mendukung efisiensi promosi dan penguatan branding UMKM. Tidak hanya menambahkan titik lokasi, tim KKN turut membantu pelaku usaha dalam membuat identitas visual seperti logo, spanduk, dan materi promosi lainnya. Keberadaan foto dan informasi yang lengkap di Google Maps menjadikan usaha terlihat lebih kredibel dan menarik bagi calon pelanggan. Branding yang lebih kuat ini berperan penting dalam membangun citra usaha serta meningkatkan daya saing di tengah perkembangan pemasaran berbasis digital.

Dampak lainnya adalah meningkatnya literasi digital pelaku UMKM. Melalui sosialisasi dan pendampingan langsung, pelaku usaha mulai memahami cara memanfaatkan teknologi digital, terutama Google Maps, sebagai media promosi dan pengembangan usaha. Banyak pelaku UMKM yang awalnya kurang mengenal pemasaran digital menjadi antusias setelah melihat langsung perubahan tampilan usaha mereka secara daring. Pengetahuan ini menjadi modal penting agar UMKM mampu mengelola informasi dan melakukan pembaruan lokasi secara mandiri di masa mendatang.

Pada akhirnya, program *Go Maps* memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi lokal dan pemberdayaan desa. Digitalisasi lokasi usaha dan fasilitas publik tidak hanya meningkatkan peluang transaksi bagi UMKM, tetapi juga mempermudah akses informasi bagi masyarakat maupun pihak luar yang berkepentingan. Pemerintah desa dan masyarakat kini memiliki keterampilan untuk melanjutkan pembaruan data secara mandiri sehingga keberlanjutan program dapat terjaga. Dengan demikian, *Go Maps* menjadi strategi efektif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi desa melalui pemanfaatan teknologi dan digitalisasi.

DAFTAR REFERENSI

- Arisandi, A., Budiman, R., & Rofieq, A. (2025). Optimalisasi Google Maps untuk UMKM di Desa Burangkeng dalam peningkatan aksesibilitas dan promosi. *An-Nizam: Jurnal Bakti Bagi Bangsa*, 4(2). <https://doi.org/10.33558/an-nizam.v4i2.11583>
- Arisandi, D., Maulana, H., & Syahputra, R. (2023). Digital literacy empowerment for rural MSMEs in Indonesia: Challenges and opportunities. *Journal of Rural Development Studies*, 15(2), 112–124. <https://doi.org/10.24545/jrds.v15i2.2023.112>
- Arisandi, L., Pratama, R., & Suryani, D. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi pemasaran berbasis komunitas. *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 4(1), 55–67.
- Cahyani, A. E., & Astuti, Y. P. (2022). Analisis strategi persaingan layanan jasa pesan-antar makanan menggunakan game theory. *MathUNESA*, 10(1), 190–198. <https://doi.org/10.26740/mathunesa.v10n1.p190-198>
- Databoks. (2023). *Statistik UMKM Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Karmila, L., Setiawan, B., & Tripermata, L. (2025, August 13). Pemanfaatan Google Maps sebagai media pemasaran digital UMKM “Pempek Yuk Dewi” oleh KKNT berdampak di Desa Pulau Punjung. *Jurnal Kreasi Ekonomi Nusantara*, 6(3). <https://ejournals.com/ojs/index.php/jken/article/view/3173>
- Karmila, S., & Putra, A. R. (2024). Barriers to digital marketing adoption in rural micro and small enterprises. *Indonesian Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 9(1), 45–59. <https://doi.org/10.31960/ijei.v9i1.2024.45>
- Karmila, S., Hidayat, T., & Andriani, R. (2025). Tantangan pemasaran tradisional UMKM pedesaan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 7(2), 88–101.
- Khairiyati, E. D., Nasution, M. I. P., & Ikhwan, A. (2020). Pemetaan akurat lokasi kerja nyata dengan data monografi desa. *Jurnal Teknologi Informasi*, 4(1), 7–12. <https://doi.org/10.36294/jurti.v4i1.1299>
- Lestari, N., & Handayani, F. (2021). The role of location-based mapping applications in enhancing visibility of small enterprises. *International Journal of Digital Economy*, 2(4), 76–88. <https://doi.org/10.31002/ijde.v2i4.2021.76>

- Mandhaputri, H. A., Aribowo, & Riasih, T. (2023). Pengembangan ekonomi lokal sebagai strategi pemberdayaan masyarakat di Desa Karamatwangi (Studi kasus di Kawasan Pengembangan Kentang, Kecamatan Cisurupan, Kabupaten Garut). *Jurnal Ilmiah Perlindungan dan Pemberdayaan Sosial*, 5(2), 115–134. <https://doi.org/10.31595/lindayasos.v5i2.1039>
- Mentik, S. B., Irsyad, A., & Ibrahim, M. R. (2024). Pemanfaatan sistem informasi geografis dalam pemetaan lokasi ATM untuk efisiensi layanan keuangan di Kalimantan Timur berbasis Google Maps. *Kreatif Teknologi dan Sistem Informasi (KRETISI)*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.30872/kretisi.v2i1.1078>
- Ramdhani Sucipto, K. R., Aras, R. A., Salam, M. F., Rahmawati, A., Afrizal, Y. H., & Rijal, S. (2025). UMKM Go Digital: Peningkatan literasi digital UMKM Kota Makassar pemanfaatan Google Maps dan media sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(3), 3731–3737. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i3.6633>
- Rohaendi, N., Setiawan, I. F., & Wahyudi. (2024). Studi pustaka pemetaan geologi digital (digital geological mapping) berbasis smartphone. *PPSDM*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.58522/ppsdm22.v9i1.156>
- Rohim, Erlinda, I., Sholihah, E. L., & Firmansyah, F. A. F. R. (2022). Digitalisasi UMKM melalui pelatihan Google Maps dan pemasaran online. *STIA Pembangunan Jember*, 5(2). <https://doi.org/10.37849/mipi.v5i2.314>
- Sucipto, M., & Lestari, F. (2025). Peran literasi digital dalam pengembangan UMKM di era digital. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 3(1), 14–26.
- Sucipto, M., Rahmawati, D., & Yunus, A. (2022). Increasing MSME digital capability through Google Business training in Makassar. *Journal of Digital Community Development*, 4(3), 201–215. <https://doi.org/10.32528/jdcd.v4i3.2022.201>
- Wijaya, Y., Santoso, B., & Prabowo, D. (2020). Digital transformation strategies for strengthening local MSMEs: A case study approach. *Asian Journal of Business and Management Research*, 10(2), 33–47. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2020.3347>