



## Optimalisasi Pemetaan Digital untuk Peningkatan Aksesibilitas UMKM melalui Google Maps

### *Optimizing Digital Mapping to Increase MSME Accessibility Through Google Maps*

Cinta Aisyah<sup>1\*</sup>, Intan Alisa<sup>2</sup>, Muhammad Sudepman Rohim Tarigan<sup>3</sup>, Siti Aisyah<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [cintaaisyahh@gmail.com](mailto:cintaaisyahh@gmail.com)<sup>1</sup>

#### Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 06 September 2025;

Revisi: 20 September 2025;

Diterima: 03 Oktober 2025;

Terbit: 08 Oktober 2025

**Keywords:** Accessibility; Digital Mapping; Digital Marketing; Google Maps; MSMEs.

**Abstract.** *This study aims to analyze the role of digital mapping, particularly through Google Maps, in enhancing accessibility and competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Digital mapping allows MSMEs to display business locations, operating hours, product photos, and contact information, facilitating consumers in finding their services. Integration with review and rating features also increases consumer trust and strengthens the professional image of the business. The study uses a qualitative descriptive approach through literature review on MSME digitalization, digital marketing strategies, and Google Maps implementation. The findings indicate that optimal utilization of digital mapping positively impacts business visibility, expands market reach, and fosters two-way interaction between business owners and consumers. Challenges such as limited digital literacy and funding can be addressed through training programs, mentorship, and government support. Therefore, optimizing digital mapping via Google Maps can serve as a crucial strategy for sustainable MSME development, helping businesses adapt to market trends and contribute significantly to national economic growth.*

#### Abstrak.

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran pemetaan digital, khususnya melalui Google Maps, dalam meningkatkan aksesibilitas dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemetaan digital memungkinkan UMKM menampilkan lokasi usaha, jam operasional, foto produk, dan kontak yang mempermudah konsumen menemukan layanan mereka. Integrasi dengan fitur ulasan dan rating juga meningkatkan kepercayaan serta memperkuat citra profesional usaha. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi literatur mengenai digitalisasi UMKM, strategi pemasaran digital, dan implementasi Google Maps. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan pemetaan digital secara optimal berdampak pada peningkatan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong interaksi dua arah antara pelaku usaha dan konsumen. Tantangan seperti keterbatasan literasi digital dan pendanaan dapat diatasi dengan program pelatihan, pendampingan, serta dukungan pemerintah. Dengan demikian, optimalisasi pemetaan digital melalui Google Maps dapat menjadi strategi penting dalam pengembangan UMKM yang berkelanjutan, membantu usaha beradaptasi dengan tren pasar, dan memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

**Kata Kunci:** Aksesibilitas; Google Maps; Pemasaran Digital; Pemetaan Digital; UMKM.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak signifikan dalam dunia usaha, termasuk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, tetapi sering menghadapi kendala dalam pemasaran dan aksesibilitas. Optimalisasi pemetaan digital melalui platform seperti Google Maps dapat

menjadi solusi efektif untuk mengatasi kendala tersebut. Dengan memanfaatkan Google Maps, UMKM dapat menampilkan lokasi usaha, produk, jam operasional, serta kontak yang memudahkan konsumen menemukan layanan mereka. Selain itu, fitur ulasan dan rating juga meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar UMKM. Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps dapat meningkatkan visibilitas usaha dan mendukung pengembangan ekonomi kreatif lokal. Penggunaan platform digital ini juga mempermudah interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga menciptakan peluang bisnis yang lebih luas. Penerapan pemetaan digital dapat menjadi strategi penting dalam memperkuat eksistensi UMKM di era digital. (Aushafina & Sari, 2023)

Pemetaan digital melalui Google Maps memungkinkan UMKM untuk mempromosikan usaha dengan cara yang lebih efisien dan hemat biaya. UMKM yang terdaftar dalam Google Maps cenderung mengalami peningkatan jumlah pelanggan serta omzet penjualan secara signifikan. Selain kemudahan bagi konsumen, Google Maps juga menjadi media efektif untuk membangun branding dan reputasi digital UMKM. Dalam konteks pemasaran modern, kemampuan digitalisasi sangat penting untuk meningkatkan daya saing usaha di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya mempermudah transaksi tetapi juga menjadi instrumen penting untuk pengembangan usaha berkelanjutan. Optimalisasi pemetaan digital dapat memfasilitasi promosi produk lokal, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta mempermudah UMKM dalam mengikuti tren pasar yang dinamis dan berkembang pesat. Hal ini menunjukkan bahwa strategi digitalisasi menjadi faktor utama dalam keberhasilan usaha. (Hidayah, 2024)

Meskipun demikian, masih banyak UMKM yang belum mengoptimalkan pemetaan digital karena keterbatasan literasi teknologi dan akses perangkat digital. Pendampingan dan pelatihan menjadi langkah strategis untuk membantu pelaku UMKM memahami cara memanfaatkan Google Maps secara maksimal. Kegiatan pendampingan digitalisasi berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola profil usaha mereka secara mandiri, mulai dari pendaftaran, pembaruan informasi, hingga pemanfaatan fitur ulasan untuk meningkatkan visibilitas usaha. Pendampingan semacam ini menjadi fondasi penting dalam memastikan keberlanjutan digitalisasi UMKM. Penerapan metode pelatihan yang berkelanjutan dapat mendorong pelaku usaha untuk terus memperbarui informasi usaha, menjaga kualitas layanan, dan membangun citra usaha yang profesional. Dengan demikian, digitalisasi UMKM tidak hanya mengandalkan teknologi, tetapi juga kemampuan manusia dalam mengelolanya. (Fadilla, Lestari, & Santosa, 2023)

Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan masyarakat dapat meningkatkan efektivitas pemetaan digital. UMKM yang terlibat dalam proyek pemetaan digital dengan dukungan akademisi menunjukkan peningkatan aksesibilitas dan interaksi dengan konsumen. Pendaftaran UMKM di Google Maps membantu usaha lokal ditemukan lebih mudah, meningkatkan peluang promosi, dan membuka potensi kolaborasi dengan pelaku usaha lain. Pendekatan kolaboratif ini membuktikan bahwa digitalisasi UMKM bukan hanya soal teknologi, tetapi juga keterlibatan sosial dan pemberdayaan komunitas. Melalui kolaborasi, pelaku UMKM mendapatkan akses ke sumber daya tambahan, bimbingan strategis, dan pemahaman tentang praktik terbaik pemasaran digital. Hal ini memperkuat posisi UMKM dalam persaingan pasar serta mendukung keberlanjutan usaha melalui inovasi dan peningkatan kualitas layanan. Dengan demikian, pemetaan digital dapat menjadi instrumen pengembangan UMKM yang komprehensif dan berkelanjutan. (Putri et al., 2024)

Pemanfaatan Google Maps juga berperan penting dalam meningkatkan visibilitas UMKM di sektor pariwisata. Di desa-desa wisata, pemetaan digital membantu wisatawan menemukan UMKM lokal dengan mudah, meningkatkan jumlah kunjungan, dan mendukung promosi produk khas daerah. Integrasi Google Maps dengan aplikasi pendukung mempermudah konsumen menemukan lokasi UMKM secara cepat, memperkuat strategi pemasaran digital, dan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa optimalisasi pemetaan digital dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di berbagai sektor, termasuk kuliner dan kerajinan lokal. Pemanfaatan teknologi ini juga mendorong UMKM untuk mengembangkan inovasi produk dan layanan, sehingga menciptakan nilai tambah bagi masyarakat lokal. Selain itu, digitalisasi ini memungkinkan pelaku UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan domestik maupun internasional. (Hidayat, Silvanie, & Kristantini, 2023)

Dengan demikian, optimalisasi pemetaan digital melalui Google Maps menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan aksesibilitas, visibilitas, dan daya saing UMKM. Untuk mencapai hasil maksimal, diperlukan dukungan pelatihan, pendampingan, serta kolaborasi lintas pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan komunitas lokal. Digitalisasi UMKM bukan hanya tentang penggunaan teknologi, tetapi juga tentang penguatan kapasitas pelaku usaha, pemberdayaan masyarakat, dan penciptaan peluang ekonomi yang berkelanjutan. Dengan upaya bersama, UMKM dapat berkembang lebih optimal, memperluas pasar, dan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pemetaan digital yang terintegrasi dengan strategi pemasaran modern menjadi kunci untuk menciptakan

UMKM yang adaptif, kompetitif, dan mampu bertahan dalam berbagai dinamika pasar. (Hartati, 2024)

## **2. TINJAUAN TEORITIS**

Digitalisasi UMKM merupakan proses transformasi bisnis tradisional menjadi berbasis teknologi dengan memanfaatkan media digital, termasuk Google Maps, marketplace, dan media sosial, untuk memperluas jangkauan pasar. Menurut penelitian terbaru, keberhasilan digitalisasi dipengaruhi oleh akses internet, literasi digital, dan dukungan pemerintah yang memadai. Google Maps, misalnya, telah menjadi salah satu alat utama dalam memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha, sekaligus meningkatkan kepercayaan publik melalui ulasan konsumen. Teori pemasaran digital menekankan pentingnya personalisasi konten dan komunikasi dua arah dengan pelanggan, yang dapat meningkatkan loyalitas dan konversi penjualan. Selain itu, pendekatan berbasis data dalam digital marketing memungkinkan UMKM melakukan analisis pasar secara real-time, sehingga strategi pemasaran dapat disesuaikan lebih cepat dengan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, digitalisasi bukan hanya sarana promosi, tetapi juga strategi manajemen bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan dan daya saing jangka panjang.

### **Peran Teknologi Digital dalam Pengembangan UMKM**

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi pengembangan UMKM, terutama dalam hal pemasaran dan peningkatan aksesibilitas usaha. Penggunaan platform digital memungkinkan pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara lebih efektif dan menjangkau pasar yang lebih luas tanpa biaya yang tinggi. Teknologi digital juga berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat komunikasi dengan konsumen, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data yang akurat. Penerapan teknologi ini semakin penting di era ekonomi digital, di mana konsumen cenderung mencari informasi melalui platform online dan peta digital. Strategi digitalisasi menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat dan dinamis. (Hartati, 2024)

Selain itu, pelatihan dan pendampingan digital menjadi faktor penting agar UMKM dapat memanfaatkan teknologi secara optimal. Tanpa pengetahuan dan keterampilan yang memadai, penerapan digitalisasi cenderung tidak efektif dan kurang berdampak pada peningkatan omzet maupun visibilitas usaha. Pendampingan membantu pelaku UMKM memahami cara mendaftar, mengelola profil usaha, serta menggunakan fitur digital untuk memaksimalkan promosi dan interaksi dengan pelanggan. Dengan dukungan teknologi dan

kapasitas sumber daya manusia yang memadai, UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan, memperkuat posisi pasar, dan beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital. (Fadilla, Lestari, & Santosa, 2023)

### **Google Maps sebagai Media Pemetaan dan Promosi UMKM**

Google Maps merupakan salah satu platform pemetaan digital yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan aksesibilitas UMKM. Melalui Google Maps, UMKM dapat menampilkan lokasi usaha, produk, jam operasional, dan kontak yang memudahkan konsumen menemukan layanan mereka. Selain itu, fitur ulasan dan rating pada Google Maps meningkatkan kepercayaan konsumen serta membantu calon pelanggan dalam menentukan pilihan. Platform ini juga memungkinkan UMKM menjangkau konsumen baru, termasuk wisatawan dan masyarakat lokal, sehingga memperluas pangsa pasar. Pemanfaatan Google Maps terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas usaha dan memperkuat branding digital UMKM di era digital. (Hidayah, 2024)

Implementasi Google Maps juga dapat terintegrasi dengan aplikasi pendukung, seperti sistem navigasi atau aplikasi mobile, yang mempermudah konsumen menemukan lokasi UMKM secara cepat dan akurat. Hal ini mendorong pelaku usaha untuk aktif memperbarui informasi usaha, menjaga kualitas layanan, serta berinovasi dalam strategi pemasaran digital. Optimalisasi pemetaan digital melalui Google Maps juga dapat menjadi instrumen pengembangan ekonomi lokal karena membantu konsumen mengakses produk dan jasa dari UMKM yang berada di sekitarnya. Dengan demikian, Google Maps bukan sekadar alat navigasi, tetapi menjadi media strategis untuk promosi dan penguatan usaha. (Putri et al., 2024)

### **Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM**

Pemasaran digital menjadi salah satu strategi utama untuk meningkatkan daya saing UMKM di era modern. Pemanfaatan platform digital, termasuk Google Maps, media sosial, dan QRIS, dapat meningkatkan interaksi dengan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan omzet penjualan. Strategi digital marketing juga mempermudah UMKM untuk mengukur efektivitas promosi melalui analitik dan data interaksi pelanggan. Hal ini memungkinkan pelaku usaha menyesuaikan strategi pemasaran secara real-time agar lebih tepat sasaran dan efisien. Selain itu, digital marketing dapat mendukung pengembangan branding UMKM sehingga usaha lebih dikenal dan memiliki reputasi yang kuat di pasar. (Nugroho & Wahyuni, 2024)

Selain itu, implementasi strategi digital yang terintegrasi dapat memberikan nilai tambah bagi pelaku UMKM. Integrasi antara Google Maps dengan media promosi lain, seperti media sosial atau e-commerce, meningkatkan efektivitas pemasaran dan mempermudah konsumen menemukan informasi yang lengkap mengenai produk dan layanan. Pendekatan pemasaran digital yang holistik ini dapat membantu UMKM dalam membangun loyalitas pelanggan, memperkuat posisi pasar, dan mengoptimalkan potensi penjualan. Dengan demikian, strategi pemasaran digital tidak hanya memfasilitasi promosi, tetapi juga menjadi alat pengembangan usaha yang berkelanjutan. (Putri, Johan, Prayoga, & Ghifrina, 2023)

### **Pendampingan dan Pelatihan Digital bagi UMKM**

Pendampingan dan pelatihan digital merupakan aspek penting untuk memastikan pelaku UMKM dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi. Banyak UMKM belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital karena keterbatasan literasi teknologi atau akses terhadap perangkat digital. Kegiatan pendampingan meliputi pelatihan pendaftaran usaha di Google Maps, manajemen profil digital, dan strategi promosi melalui fitur platform. Pendampingan ini bertujuan agar UMKM dapat mengelola usaha mereka secara mandiri, meningkatkan visibilitas, dan memperluas jaringan konsumen. (Aushafina & Sari, 2023)

Selain itu, pendampingan digital juga meningkatkan kapasitas sumber daya manusia UMKM dalam menghadapi perkembangan teknologi yang cepat. Dengan keterampilan digital yang memadai, pelaku usaha mampu memanfaatkan data dan fitur analitik untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran mereka. Hal ini mendorong inovasi, adaptasi terhadap tren pasar, dan kemampuan untuk bersaing dengan usaha lain di tingkat lokal maupun nasional. Pelatihan yang berkelanjutan juga membantu UMKM memperkuat identitas digital mereka, membangun kepercayaan konsumen, dan meningkatkan peluang pertumbuhan usaha secara signifikan. (Sibawahi, 2025)

### **Integrasi Pemetaan Digital dengan Pengembangan Ekonomi Lokal**

Pemetaan digital UMKM tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal. Dengan menampilkan lokasi UMKM dan fasilitas umum di Google Maps, masyarakat dapat lebih mudah mengakses produk dan layanan lokal, sehingga memperkuat sirkulasi ekonomi di tingkat desa atau kota. Pemetaan digital ini juga mendorong kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan komunitas, sehingga tercipta ekosistem usaha yang lebih terintegrasi dan berkelanjutan. (Pratama, 2025)

Selain itu, integrasi pemetaan digital dengan strategi pemasaran dapat meningkatkan potensi pasar lokal dan menarik minat konsumen baru, termasuk wisatawan. Pemanfaatan Google Maps memungkinkan pelaku usaha menampilkan informasi yang akurat,

mempromosikan produk unggulan, dan mengoptimalkan strategi penjualan berbasis lokasi. Hal ini memperkuat daya saing UMKM di tingkat lokal maupun nasional, mendorong inovasi usaha, serta meningkatkan kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Dengan demikian, pemetaan digital menjadi instrumen strategis dalam pengembangan ekonomi lokal yang berbasis teknologi. (Rahman, 2023).

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis penerapan pemetaan digital melalui Google Maps dalam meningkatkan aksesibilitas UMKM. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana proses pendaftaran usaha, optimasi profil, dan interaksi dengan konsumen dilakukan oleh pelaku UMKM agar dapat meningkatkan visibilitas dan keterjangkauan pasar. Data penelitian diperoleh melalui studi literatur dari jurnal-jurnal ilmiah terbaru yang membahas digitalisasi UMKM, strategi pemasaran digital, serta optimalisasi platform Google Maps. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat menggambarkan fenomena secara komprehensif dan mendalam, serta menyoroti praktik terbaik yang dapat dijadikan referensi oleh pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran. Analisis data dilakukan dengan cara mengelompokkan temuan literatur, kemudian menarik kesimpulan tematik yang relevan dengan tujuan penelitian.

Metode penelitian ini juga memanfaatkan analisis konten terhadap dokumentasi terkait profil usaha digital UMKM, panduan penggunaan Google Maps, dan hasil program pendampingan digitalisasi yang telah dipublikasikan. Teknik analisis yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara interaktif. Reduksi data dilakukan untuk memilih informasi yang paling relevan dan mendukung pembahasan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel dan uraian naratif agar lebih mudah dipahami. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengidentifikasi pola, hubungan, dan dampak penerapan digitalisasi terhadap pengembangan usaha UMKM. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif dan berkontribusi bagi pengembangan literasi digital di kalangan pelaku UMKM.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

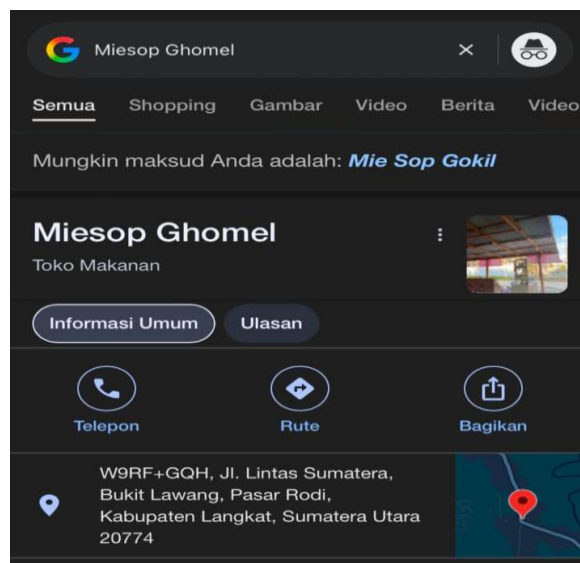
Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan digital marketing melalui Google Maps, media sosial, dan marketplace memberikan dampak positif bagi visibilitas UMKM. Pendaftaran lokasi di Google Maps memudahkan konsumen menemukan usaha dan

meningkatkan peluang kunjungan. Penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok juga terbukti efektif dalam membangun branding yang konsisten dan menarik minat generasi muda. Pelatihan literasi digital yang dilakukan secara berkala membantu pelaku UMKM mengoptimalkan penggunaan teknologi, mulai dari pengelolaan katalog online hingga interaksi dengan pelanggan.

Selain itu, pembahasan menunjukkan bahwa hambatan utama digitalisasi UMKM adalah keterbatasan dana dan persaingan pasar yang ketat. Namun, dengan dukungan pemerintah melalui subsidi iklan dan program pelatihan, banyak UMKM berhasil meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasarnya. Faktor kunci lainnya adalah konsistensi dalam memperbarui informasi di platform digital serta menjaga kualitas produk dan layanan agar sejalan dengan ekspektasi konsumen. Strategi ini tidak hanya mendorong pertumbuhan penjualan tetapi juga memperkuat kepercayaan pelanggan.



**Gambar 1.** Mahasiswa KKN UINSU 2025.



**Gambar 2.** Lokasi Telah Tercantum di Google Maps.

**Tabel 1.** Penerapan Digital Marketing pada UMKM.

| No | Aspek              | Strategi                   | Media             | Dampak                   |
|----|--------------------|----------------------------|-------------------|--------------------------|
| 1  | Pendaftaran Usaha  | Pembuatan profil bisnis    | Google Maps       | Meningkatkan visibilitas |
| 2  | Branding Produk    | Konsistensi logo dan warna | Instagram         | Memperkuat citra         |
| 3  | Promosi            | Diskon musiman             | WhatsApp Business | Meningkatkan penjualan   |
| 4  | Interaksi Konsumen | Respon cepat chat          | Marketplace       | Meningkatkan loyalitas   |
| 5  | Edukasi Digital    | Workshop rutin             | Zoom Meeting      | Peningkatan literasi     |

Penerapan digital marketing pada UMKM seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1 menegaskan pentingnya membangun profil bisnis sebagai langkah awal dalam meningkatkan eksposur usaha. Google Maps menjadi media yang efektif karena dapat menjangkau konsumen potensial dengan menampilkan lokasi usaha secara akurat. Branding produk yang konsisten melalui media sosial seperti Instagram juga membantu menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Hal ini memberikan dampak positif berupa peningkatan brand awareness dan keterhubungan emosional dengan konsumen.

Selain itu, promosi dengan diskon musiman melalui WhatsApp Business terbukti efektif menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Interaksi cepat dengan konsumen melalui marketplace meningkatkan pengalaman berbelanja yang lebih baik. Edukasi digital berupa workshop rutin membantu pelaku UMKM memahami strategi pemasaran berbasis data. Secara keseluruhan, strategi-strategi ini berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat.

**Tabel 2.** Optimalisasi Pemanfaatan Google Maps.

| No | Tahapan          | Aktivitas               | Tujuan             | Hasil                 |
|----|------------------|-------------------------|--------------------|-----------------------|
| 1  | Pendaftaran      | Klaim lokasi usaha      | Verifikasi         | Lokasi tampil publik  |
| 2  | Optimasi Profil  | Tambah foto & deskripsi | Menarik minat      | Profil lebih menarik  |
| 3  | Update Informasi | Jam buka & promo        | Real-time          | Konsumen terinformasi |
| 4  | Review Konsumen  | Respon komentar         | Bangun kepercayaan | Peningkatan rating    |
| 5  | Statistik        | Analisis insight        | Evaluasi strategi  | Strategi lebih tepat  |

Tabel 2 menunjukkan bagaimana Google Maps dapat dioptimalkan sebagai media promosi dan manajemen interaksi konsumen. Tahap pertama, pendaftaran dan klaim lokasi usaha menjadi langkah krusial agar bisnis dapat ditemukan secara online. Selanjutnya, optimasi profil dengan menambahkan foto, deskripsi menarik, dan kategori yang relevan akan menciptakan kesan profesional serta meningkatkan daya tarik konsumen. Update informasi secara real-time, seperti jam buka atau promo, membantu konsumen mendapatkan informasi akurat sehingga meningkatkan peluang kunjungan.

Pengelolaan review konsumen juga berperan penting karena komentar positif dan rating tinggi akan meningkatkan kredibilitas usaha. Respon yang cepat dan sopan terhadap kritik atau saran menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen. Statistik insight yang disediakan Google Maps memberikan data berharga untuk evaluasi strategi pemasaran. Dengan analisis

ini, pelaku usaha dapat menyesuaikan pendekatan agar lebih efektif dan sesuai dengan preferensi pasar.

**Tabel 3.** Strategi Konten Digital untuk UMKM.

| No | Jenis Konten  | Platform       | Frekuensi   | Tujuan                |
|----|---------------|----------------|-------------|-----------------------|
| 1  | Foto Produk   | Instagram      | 3x seminggu | Meningkatkan minat    |
| 2  | Video Edukasi | TikTok         | 2x seminggu | Brand awareness       |
| 3  | Testimoni     | WhatsApp Story | Harian      | Membangun kepercayaan |
| 4  | Artikel Blog  | Website        | Bulanan     | Edukasi konsumen      |
| 5  | Promo Kreatif | Marketplace    | Mingguan    | Peningkatan penjualan |

Tabel 3 menguraikan jenis-jenis konten digital yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan konsumen. Konten foto produk di Instagram dengan jadwal rutin dapat memperkuat daya tarik visual dan memancing minat beli. Video edukasi di TikTok yang berisi tips atau tutorial penggunaan produk membantu menciptakan kedekatan emosional dengan audiens sekaligus meningkatkan brand awareness. Testimoni pelanggan yang diunggah secara harian di WhatsApp Story memperkuat kredibilitas dan membangun rasa percaya konsumen.

Artikel blog pada website berfungsi sebagai sarana edukasi konsumen yang lebih mendalam dan meningkatkan peringkat SEO bisnis di mesin pencari. Promo kreatif yang dirilis di marketplace setiap minggu memicu pembelian impulsif sekaligus menjaga traffic penjualan tetap stabil. Konsistensi dalam penyajian konten dan pemilihan platform yang tepat akan menciptakan ekosistem digital yang sehat untuk UMKM. Dengan strategi ini, bisnis dapat jangkauan audiens dan meningkatkan konversi penjualan secara signifikan.

**Tabel 4.** Faktor Pendukung dan Penghambat Digitalisasi UMKM.

| No | Faktor              | Kategori   | Dampak              | Solusi              |
|----|---------------------|------------|---------------------|---------------------|
| 1  | Akses Internet      | Pendukung  | Kemudahan promosi   | Perluasan jaringan  |
| 2  | Literasi Digital    | Pendukung  | Efisiensi manajemen | Pelatihan rutin     |
| 3  | Keterbatasan Dana   | Penghambat | Terhambat inovasi   | Subsidi pemerintah  |
| 4  | Persaingan Pasar    | Penghambat | Penurunan margin    | Diferensiasi produk |
| 5  | Dukungan Pemerintah | Pendukung  | Akses pembiayaan    | Program bantuan     |

Tabel 4 menunjukkan faktor-faktor yang memengaruhi digitalisasi UMKM. Akses internet yang memadai merupakan faktor utama yang mempermudah promosi dan distribusi informasi bisnis secara cepat. Literasi digital yang baik membuat pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi untuk efisiensi manajemen, mulai dari pencatatan keuangan hingga pemasaran. Namun, keterbatasan dana menjadi hambatan yang sering dihadapi UMKM karena biaya untuk produksi konten dan iklan digital tidak selalu murah.

Persaingan pasar yang ketat dapat menekan margin keuntungan sehingga diperlukan strategi diferensiasi produk. Di sisi lain, dukungan pemerintah berupa akses pembiayaan, pelatihan, dan subsidi dapat membantu UMKM bertahan dan berkembang. Kombinasi antara pemanfaatan teknologi, peningkatan keterampilan, serta dukungan regulasi menjadi kunci

keberhasilan transformasi digital UMKM. Dengan mengatasi hambatan-hambatan ini, UMKM dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan meningkatkan daya saingnya.

## 5. KESIMPULAN

Kesimpulan ini menunjukkan bahwa digitalisasi melalui Google Maps dan media digital lainnya telah menjadi katalisator penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Profil usaha yang optimal, interaksi responsif, dan strategi konten yang konsisten menciptakan ekosistem bisnis yang lebih profesional dan menarik bagi konsumen. Digital marketing tidak hanya meningkatkan visibilitas, tetapi juga membantu UMKM menyesuaikan diri dengan tren pasar yang terus berkembang.

Kesimpulan ini juga menegaskan bahwa tantangan seperti keterbatasan dana dan literasi digital dapat diatasi melalui pelatihan, pendampingan, dan dukungan pemerintah. Dengan kombinasi strategi promosi, edukasi, dan inovasi produk, UMKM dapat memanfaatkan potensi digitalisasi untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Hal ini penting untuk memastikan UMKM mampu bersaing di era digital dan mendukung perekonomian nasional secara lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aushafina, N. H., & Sari, R. A. (2023). Pendampingan digitalisasi marketing Desa Kebondalem melalui pemanfaatan Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 112–119.  
<https://pdfs.semanticscholar.org/d3d1/01bc007b704d151a4065a7be03083777b2ec.pdf>
- Fadilla, R., Lestari, D., & Santosa, H. (2023). Upaya peningkatan bisnis dengan digital marketing pada UMKM di Desa Sirnajaya. *Jurnal An-Nizam*, 8(1), 65–72.  
<https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/annizam/article/download/8761/3295/21966>
- Hartati, S. (2024). Optimalisasi pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan aksesibilitas produk UMKM. *E-Journal UNMAS*.  
<https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/seminarfeb/article/download/10292/7750/25141>
- Hidayah, I. (2024). Studi pemanfaatan Google Maps sebagai aksesibilitas dan promosi UMKM. *Jurnal Kaji Ilmu Manajemen*.  
<https://jurnal.sttmcileungsi.ac.id/index.php/jvk/article/download/1875/849/>
- Hidayat, S., Silvanie, A., & Kristantini, R. A. (2023). Rancang bangun aplikasi Android untuk menemukan lokasi UMKM terdekat dengan Google Map API dan Haversine Distance. *Jurnal Sistem Informasi dan Informatika (Simika)*, 6(2), 122–133.  
<https://doi.org/10.47080/simika.v6i2.2729>

- Nugroho, A., & Wahyuni, S. (2024). Pemanfaatan Google Maps dan QRIS sebagai strategi pemasaran digital untuk UMKM Laksa Mamak Kembar. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*.  
<https://jurnal.mifandimandiri.com/index.php/jannah/article/download/357/264/2063>
- Paransa, R. P. J. (2023). Optimalisasi pertumbuhan UMKM di Indonesia melalui pemasaran digital. *Efisiensi Kajian Ilmu Administrasi*, 21(2).  
<https://jurnal.stmcileungsi.ac.id/index.php/jvk/article/download/1875/849/>
- Pratama, R. A. (2025). Pemetaan digital UMKM, fasilitas umum, dan instansi di desa. *Jurnal Pemetaan dan Manajemen Bisnis*.  
<https://bhinnekapublishing.com/ojsbp/index.php/Jpmb/article/download/352/243>
- Prasetya, J. D., Wahyuni, P., Rahatmawati, I., Sarastika, T., Hanafi, A., Adalati Az-Zahra, D., Naufal, R., & Perdana, M. Y. (2022). Peningkatan kapasitas kelompok pelestari ekosistem mangrove Wanatirta melalui digital marketing. *Prosiding LPPM Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta*, 2(1), 45–52.  
<https://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/prosidingLPPM/article/view/11155/5931>
- Putri, R. A., Madina, F. N., Al Arifi, M. B., Dhiasyauqi, R., & Sari, R. (2024). Pendaftaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Google Maps: Studi Pengabdian di Jongor 1 Desa Sarimahi. *Proceedings of the International Conference on Community Engagement*, 2(2), 61–74.  
<https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/5470/2433>
- Putri, S. W., Johan, A., Prayoga, R. A. S., & Ghifrina, J. (2022). Implementasi green marketing dan digital marketing pada UMKM binaan Telkom Community Development Center Surabaya. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(4), 60–68.  
<https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/5743>
- Putri, S. W., Johan, A., Prayoga, R. A. S., & Ghifrina, J. (2023). Implementasi strategi pemasaran digital melalui optimalisasi Google Maps dalam meningkatkan visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(2), 80–88. <https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Al-amal/article/download/1008/627/>
- Rahmawati, A., Adilla, A. B., Maulana, M. A., Agustin, S., Fahira, W., Zaini, Y., Diana, A., Aidar, N., & Seftarita, C. (2024). Penerapan digital marketing dan branding bisnis untuk peningkatan penghasilan UMKM Geuko Mart. *Jurnal Pengabdian Aceh*, 4(1), 63–69. <https://jpaceh.org/index.php/pengabdian/article/view/263>
- Rahmawati, R. D., dkk. (2025). Penguatan identitas dan aksesibilitas UMKM melalui digitalisasi lokasi usaha di Google Maps. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1).  
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/2177/781/7089>
- Rahman, M. A. (2023). Pemetaan digital UMKM desa Menjer menggunakan Google Maps. *Jurnal Istiqomah*. <https://jurnalistiqomah.org/index.php/jpmi/article/view/5768/3747>
- Sibawahi, M. (2025). Digitalisasi UMKM: Pendampingan pembuatan Google Maps. *Jurnal Judistira*.  
<https://www.rumahjurnal.or.id/index.php/JUDISTIRA/article/download/1343/737/6859>

- Surahmah, S., Mardikaningsih, R., Masnawati, E., El-Yunusi, M. Y. M., Dzinnur, C. T. I., Darmawan, D., & Pakpahan, N. H. (2024). Optimalisasi potensi pasar lokal: Peluang pemasaran UMKM dengan media digital. *Pandawa: Pusat Publikasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 61–74. [https://www.researchgate.net/publication/383903823\\_Optimalisasi\\_Potensi\\_Pasar\\_Lokal\\_Peluang\\_Pemasaran\\_UMKM\\_dengan\\_Media\\_Digital](https://www.researchgate.net/publication/383903823_Optimalisasi_Potensi_Pasar_Lokal_Peluang_Pemasaran_UMKM_dengan_Media_Digital)
- Utami, D. (2025). Digitalisasi UMKM melalui pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) dan promosi digital. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/2622/849/8785>
- Walalayo, R., Manuputty, E. A. W., & Ufie, A. J. R. (2022). Pemanfaatan Google Maps dalam mempromosikan objek wisata Tebing Makariki Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1(1), 28–35. <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JAT/article/view/1168/562>
- Yuliana, N., & Sari, Y. P. (2024). Pemanfaatan Google Maps sebagai sarana pemetaan UMKM dan fasilitas umum. *Jurnal Faedah*. <https://pbsi-upr.id/index.php/Faedah/article/download/1083/936/3775>