



PENINGKATAN AKSESIBILITAS UMKM DESA LIMA LARAS DENGAN OPTIMALISASI *GOOGLE MAPS* DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI

Zahra Zeinatha Osya Simangunsong¹, Rizky Pratiwi², Norma Dianita³, Nur'ain Harahap⁴, Abdillah Asyraf Arbie⁵

¹Prodi Akuntansi, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Kota Medan, Indonesia

²Prodi Sastra Inggris, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Kota Medan, Indonesia

³Prodi Manajemen, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Kota Medan, Indonesia

⁵Prodi PGSD, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Kota Medan, Indonesia

zahrazeinathao@gmail.com

Tanggal diterima:
15 April 2026

Tanggal Publikasi:
15 Mei 2026

Volume: 10

Nomor : 1

Bulan : Mei

DOI

<https://doi.org/10.32696/ajpkm.v%0vi%0i.6611>

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas UMKM di Desa Lima Laras melalui optimalisasi Google Maps. Sebagian besar pelaku usaha di desa tersebut masih mengandalkan strategi promosi konvensional sehingga kurang dikenal di ranah digital. Penelitian menggunakan pendekatan empat siklus, yaitu pemetaan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa tiga UMKM mitra berhasil didaftarkan ke Google Maps sehingga profil usaha mereka dapat diakses konsumen secara lebih mudah. Analisis SWOT mengidentifikasi keterlibatan mahasiswa dan pemanfaatan Google Maps sebagai kekuatan utama, sementara kendala yang dihadapi berupa keterbatasan sumber daya dan rendahnya literasi digital. Di sisi lain, meningkatnya penggunaan internet memberikan peluang untuk memperluas pasar, meskipun dinamika teknologi dan persaingan digital tetap menjadi tantangan. Secara keseluruhan, optimalisasi Google Maps terbukti efektif dalam memperkuat strategi pemasaran UMKM. Namun, dibutuhkan komitmen berkelanjutan dari pelaku usaha serta dukungan pendampingan agar manfaat digitalisasi dapat terus dirasakan dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata kunci: UMKM, digitalisasi, Google Maps

Abstract

This community service activity aims to enhance the accessibility and visibility of UMKM in Lima Laras Village through the optimization of Google Maps. Most local businesses still rely on conventional promotional strategies, making them less recognized in the digital sphere. The study employed a four-cycle approach consisting of mapping, planning, implementation, and evaluation. The results show that three partner UMKM were successfully registered on Google Maps, enabling their business profiles to be more easily accessed by consumers. The SWOT analysis identified student involvement and the utilization of Google Maps as the main strengths, while the limitations of resources and low digital literacy remained challenges. On the other hand, the increasing use of the internet provides opportunities to expand market reach, although technological dynamics and digital competition continue to pose threats. Overall, Google Maps optimization proved effective in strengthening MSMEs' marketing strategies. However, sustainable commitment from business owners and continuous support through digital assistance are needed to ensure long-term benefits and contribute to local economic growth.

Keywords: UMKM, digitalization, Google Maps

1. PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, berbagai aktivitas telah beralih ke ranah digital, dengan internet menjadi media utama yang menyediakan beragam fungsi penting seperti distribusi dan komunikasi (Pasaribu, 2021), yang berdampak besar terhadap perkembangan usaha. Tetapi, masih banyak pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam memaksimalkan pemasaran digital dan menerapkan teknologi transaksi modern, sehingga membatasi peluang perkembangan usaha mereka (Syukur et al., 2025). Mutula dalam Triastuti dkk. (2025) menyatakan bahwa UMKM biasanya berfokus pada pasar lokal atau berperan sebagai pemasok bagi unit usaha maupun pasar yang lebih besar

Hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa di Desa Lima Laras masih banyak pelaku usaha, baik skala kecil, menengah, maupun besar, yang belum memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan upaya sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar dapat menyesuaikan diri dengan kemajuan zaman. Salah satu bentuk pemanfaatan digitalisasi yang potensial adalah penggunaan Google Maps. Google Maps adalah aplikasi peta yang sangat populer dan dilengkapi beragam fitur, seperti mengatur, mengedit, mencari, serta menambahkan pin pada rute atau lokasi rumah hingga alamat kantor. (Lestari et al., 2022). Aplikasi ini mampu menghubungkan penjual dengan pembeli, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan visibilitas usaha sehingga kinerja operasional menjadi lebih efisien (Dimas Oktorio, 2023). Kondisi ini relevan dengan tantangan utama yang dihadapi UMKM, yaitu keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas (Rifai et al., 2025).

Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan strategi promosi konvensional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut atau media cetak seperti spanduk dan brosur, yang efektivitasnya terbatas dalam menarik konsumen dalam jumlah besar. Seiring perkembangan era digital, keberadaan UMKM di platform online menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya saing (Muntadhiroh et al., 2024). Pemasaran berbasis online merupakan bagian penting dalam proses tersebut, tetapi kenyataannya banyak pelaku UMKM khususnya di daerah pedesaan masih mengalami keterbatasan dalam memahami dan menerapkannya. (Ihsan et al., 2025). Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital menyebabkan UMKM kesulitan memperluas jangkauan pasar mereka (Khoerunisa et al., 2025). Dalam konteks ini, Google Maps dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang mampu memperluas aksesibilitas dan menjangkau lebih banyak calon pelanggan. Melalui digitalisasi menggunakan Google Maps, konsumen akan lebih mudah memperoleh informasi terkait produk yang mereka cari dan dapat melakukan transaksi dengan cara yang lebih praktis (Hasan et al., 2022).

Pada saat ini, sebagian besar pelanggan mencari produk dan layanan melalui internet, sehingga UMKM perlu melakukan peralihan ke platform digital dengan dukungan dari berbagai pihak guna mewujudkan transformasi digital (Paramitasari et al., 2023). Penerapan digitalisasi menjadi faktor penting untuk menghubungkan bisnis ke dunia digital, memperkuat strategi pemasaran, serta mendorong pertumbuhan UMKM ke arah yang lebih positif (Hamidah, 2023). Dengan mendaftarkan lokasi usaha maka profil UMKM bisa muncul di hasil pencarian Google dan lokasinya bisa ditemukan pada Google Maps. Penampilan pada hasil pencarian Google ini mengandung informasi umum mengenai perusahaan, termasuk waktu operasional, lokasi, dan nomor kontak yang dapat dihubungi jika seorang pelanggan ingin membeli produk. Untuk memajukan UMKM di Desa Lima Laras diperlukan sosialisasi digitalisasi tersebut untuk membuat para pengusaha lebih peka terhadap perkembangan zaman terkait dengan teknologi.

Dalam kegiatan ini, diperlukannya penyuluhan dan pendampingan khusus terhadap pelaku mitra UMKM yang ada di Desa Lima Laras mengenai pentingnya mengikuti perkembangan teknologi pada saat ini. Untuk itu pengabdian memberikan pemahaman terhadap pelaku UMKM mengenai peran penting Google Maps sebagai pusat informasi yang bisa dijangkau dari jarak jauh. Mitra UMKM yang menjadi target untuk kegiatan ini adalah Toko kelontong Ikhwan Baru, Bengkel Jaya Motor dan Rumah Peyek L.M 99 Rizky Sahara. Dari data yang didapatkan, ketiga lokasi mitra UMKM tersebut belum terdaftar pada Google Maps. Dengan adanya kegiatan ini, akan membantu mitra untuk mendaftarkan lokasi usaha tersebut ke dalam Google Maps. Tujuan dalam kegiatan digitalisasi tersebut yaitu untuk memberikan kontribusi yang nyata sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di Desa Lima Laras.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan empat siklus yang terdiri atas: pemetaan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pemilihan pendekatan ini dilakukan karena mampu memberikan kerangka sistematis dan berulang dalam memahami proses digitalisasi UMKM melalui optimalisasi Google Maps.

1. Pemetaan

Tahap ini dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi awal UMKM, termasuk tingkat pemanfaatan Google Maps, hambatan yang dihadapi, serta potensi yang dapat dioptimalkan. Data diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi.

2. Perencanaan

Berdasarkan hasil pemetaan, peneliti menyusun strategi optimalisasi yang relevan. Rencana tersebut mencakup pendaftaran akun Google My Business, pengelolaan informasi usaha, serta penggunaan fitur promosi pada Google Maps.

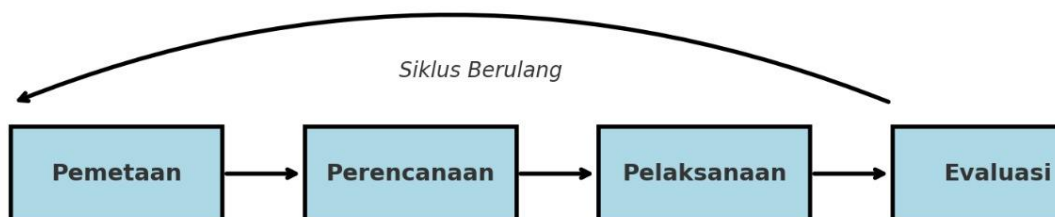
3. Pelaksanaan

Pada tahap ini, strategi yang telah direncanakan diterapkan bersama mitra UMKM. Kegiatan mencakup pelatihan, pendampingan teknis, serta praktik langsung dalam mengoptimalkan profil usaha di Google Maps.

4. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana strategi yang diterapkan berhasil meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM di Google Maps. Evaluasi ini menggunakan umpan balik dari pemilik UMKM, data interaksi pelanggan, serta hasil observasi profil usaha.

Skema Metodologi Penelitian: 4 Siklus Optimalisasi Google Maps pada UMKM



Gambar 1. Siklus Optimalisasi Google Maps

PELAKSANAAN KEGIATAN

Pada kegiatan observasi yang dilakukan secara bertahap dan dengan riset data di Desa Lima Laras masih banyak mitra UMKM yang belum mendaftarkan lokasi usahanya pada Google Maps. Ada beberapa lokasi yang di kunjungi untuk melakukan pendaftaran lokasi ke dalam Google Maps. Pemahaman mengenai manfaat Google Maps sebagai media pemasaran dapat menjadi pertimbangan kesediaan mitra untuk mendukung program ini. Namun, Untuk sampai ke tahap mendapatkan mitra yang bersedia tidaklah mudah. Ada beberapa kendala yang di hadapi karena rasa ragu pemilik usaha dan tidak ingin melakukan perubahan terhadap usaha yang didirikannya. Berikut beberapa pertimbangan yang dilakukan dalam membantu mengevaluasi perkembangan program ini dalam melakukan penyesuaian strategi jika dibutuhkan. Berikut analisis SWOT yang telah di dapatkan :

Kekuatan (*Strengths*)

1. Keterlibatan mahasiswa memberikan energi baru, wawasan, dan pemahaman digital yang mendukung strategi pemasaran UMKM melalui Google Maps.
2. Pemanfaatan Google Maps memperluas jangkauan promosi sehingga meningkatkan potensi perkembangan usaha.

Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Keterbatasan waktu dan sumber daya dalam program KKN membatasi cakupan pendampingan UMKM.
2. Sebagian pelaku UMKM enggan menggunakan teknologi baru karena alasan privasi atau rasa puas dengan cara konvensional.
3. Kurangnya literasi digital di kalangan masyarakat menjadi hambatan dalam penerapan strategi berbasis teknologi.

Peluang (*Opportunities*)

1. Meningkatnya penggunaan internet membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas melalui Google Maps.
2. Program ini berpotensi memperkuat strategi pemasaran digital UMKM secara berkelanjutan, sehingga mendukung peningkatan pendapatan.

Ancaman (*Threats*)

1. Perubahan algoritma dan dinamika teknologi dapat menjadi risiko jika UMKM tidak aktif memperbarui profil digital mereka.
2. Persaingan online yang semakin ketat dapat menyulitkan UMKM untuk memperoleh posisi yang strategis di Google Maps.

Pelaksanaan dilakukan secara terstruktur dengan baik. Mulai dari wawancara kepada mitra yang bersedia serta melakukan observasi lanjutan terkait dengan usaha yang mitra bangun. Mulai dari awal mula usaha itu di bangun serta produk apa saja yang di tawarkan untuk mengisi ke tahap pendaftaran melalui Google My Business. Pendampingan pada mitra UMKM di awali dengan usaha rumahan yaitu Rumah Peyek L.M 99 Rizky Sahara kemudian dilanjutkan ke lokasi toko kelontong Ikhwan Baru dan dilanjutkan ke lokasi Bengkel Jaya Motor. Setelah melakukan sosialisasi lanjutan dari ketiga mitra tersebut dan mendapat persetujuan dari pelaku usaha, selanjutnya dapat masuk ke tahap pendaftaran.



Gambar 2. Lokasi Bengkel Jaya Motor



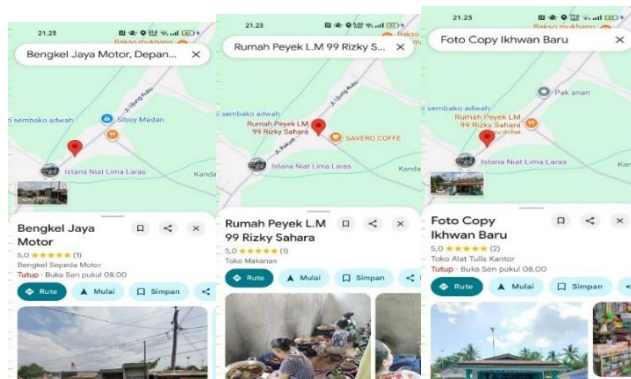
Gambar 3. Lokasi Ikhwan Baru



Gambar 4. Lokasi Rumah Peyek L.M 99 Rizky Sahara

Proses pendaftaran Google Maps untuk mitra UMKM dimulai dengan memberikan sosialisasi terkait pentingnya kehadiran usaha pada platform digital. Tim pendamping menjelaskan bahwa keberadaan profil bisnis di Google Maps tidak hanya membantu konsumen dalam menemukan lokasi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kredibilitas serta memperluas akses pasar. Setelah mitra memahami nilai tambah tersebut, tahap berikutnya adalah pengumpulan informasi dasar, seperti nama usaha, jenis layanan atau produk, alamat, nomor kontak, dan jam operasional. Informasi ini kemudian diinput melalui layanan *Google My Business* sebagai langkah awal registrasi, sehingga usaha dapat muncul pada hasil pencarian Google dan terhubung langsung dengan Google Maps.

Setelah data usaha berhasil dimasukkan, tahap selanjutnya adalah proses verifikasi yang dilakukan oleh Google untuk memastikan kebenaran informasi yang dicantumkan. Verifikasi ini biasanya dilakukan dengan mengirimkan kode ke alamat, email, atau nomor telepon yang telah terdaftar. Jika proses tersebut berhasil, profil UMKM akan resmi muncul di Google Maps dan dapat diakses oleh calon konsumen. Mitra kemudian dianjurkan untuk melengkapi profil dengan foto usaha, deskripsi singkat, daftar produk, serta tautan media



Gambar 5. Hasil pendaftaran lokasi UMKM melalui Google Maps

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan optimalisasi Google Maps pada UMKM di Desa Lima Laras menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memanfaatkan platform digital sebagai media promosi. Melalui pendampingan yang dilakukan, tiga mitra UMKM berhasil didaftarkan ke Google Maps sehingga usaha mereka lebih mudah diakses konsumen.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa keterlibatan mahasiswa dan pemanfaatan Google Maps menjadi kekuatan utama, sementara keterbatasan sumber daya serta rendahnya literasi digital masih menjadi kendala. Meningkatnya penggunaan internet memberi peluang besar untuk memperluas pasar, meskipun dinamika teknologi dan persaingan digital tetap menjadi ancaman.

Secara keseluruhan, program ini efektif meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM, namun diperlukan komitmen berkelanjutan dari pelaku usaha untuk memperbarui informasi dan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi agar manfaatnya dapat terus dirasakan. Dengan begitu para mitra UMKM akan merasakan dampak yang baik di kemudian hari yang dapat mendorong perekonomian di masa yang akan datang.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program optimalisasi Google Maps di Desa Lima Laras berhasil membantu UMKM mitra memiliki identitas digital yang memudahkan konsumen menemukan usaha mereka. Langkah ini terbukti meningkatkan visibilitas serta aksesibilitas, meskipun masih terdapat hambatan berupa keterbatasan sumber daya dan rendahnya literasi digital. Untuk keberlanjutan, pelaku usaha disarankan rutin memperbarui informasi usahanya, sementara pendamping dan pemerintah desa dapat terus memberikan pelatihan serta dukungan digital agar UMKM mampu bersaing di era teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Nur'ain Harahap, S.Kom,MA dan Ibu Sri Wahyuni,S,Si,M.Si yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah atas dukungan dalam pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN).

Penghargaan yang sebesar-besarnya diberikan kepada pemerintah Desa Lima Laras, para pelaku UMKM mitra (Rumah Peyek L.M 99 Rizky Sahara, Toko Kelontong Ikhwan Baru, dan Bengkel Jaya Motor), serta seluruh pihak yang telah berpartisipasi dan membantu dalam kegiatan optimalisasi Google Maps ini. Semoga kontribusi semua pihak menjadi amal kebaikan dan memberikan manfaat bagi perkembangan UMKM di Desa Lima Laras.

DAFTAR PUSTAKA

- Dimas Oktorio, R. A. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Google Maps Sebagai Upaya Branding UMKM di Desa Kebondalem Oleh Mahasiswa KKN T. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 130-135
- Hasan, H., Haliah, & Fahdal, M. A., 2022, Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi dalam Implementasi Digitalisasi UMKM (Sulawesi MSME Community Empowerment in the Implementation of MSME Digitization). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 43–50. <https://doi.org/10.35912/jpm.v3i1.1225>
- Khoerunisa, N., Mulyana, R. A., & Haryati, Y. (2025). Strategi Pemasaran Digital Untuk Pengembangan UMKM Kerupuk Melarat Dan Perangkai Bunga Melati Di Desa Gesik Kabupaten Cirebon. *Journal of Sharia Tourism and Hospitality*, 3(1).
- Ihsan Rahmadi, Muhammad Nabil Alifah, Syazwina Dinda Damara Rais, Putri Amanda Fadila, & M Amar Adly. (2025). Peran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam Pembuatan QRIS dan Google Maps pada UMKM Desa Telaga Jernih Kabupaten Langkat. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(4), 75–83. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v4i4.3302>
- Lestari, A. S., Wahyuningsih, N., Maharani, N., Sanjaya, L., Putra, A. P., & Khomariah, A. (2022). Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyaran. *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 2(3), 887-894.
- Muntadhiroh, F. A., Nisak, I. L., & Kediri, I. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Platform ECommerce : Panduan Praktis Membuat Akun Shopee untuk Aries Craft Rajut. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 628–633.
- Pasaribu, R. (2020). Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran Umkm Di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.24167/jkm.v1i1.2848>
- Rifai, A., Wardani, H. W., & Andini, P. (2025). Transformasi Digital UMKM : Strategi Branding dan Optimalisasi Marketplace bagi Pelaku Usaha Nugget. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 35–40.
- Syukur, H. W., Ardani, A., Suprianto, J., Fauzi, R., Alfani, A., Ningsih, R., & Latif, A. (2025). Sosialisasi dan Implementasi Ekonomi Kreatif dan Digitalisasi UMKM Desa Karangharja Melalui Integrasi QRIS, Geotagging Google Map Kios, dan Banner Promosi Dalam Program KKN Universitas Pelita Bangsa Tahun 2025. *JGEN : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 685–695. <https://doi.org/10.60126/jgen.v3i4.1202>
- Triastuti, N., Samudra, A. R., Humaira, M., Putri, A., Pratama, A. A., Panjaitan, J. P., Syahfitri, A., Ramadhan, S., Mirna, N. S., Manurung, B. A., Ramadhan, S., Fadilla, I., Selpia, M., Fazriansyah, M., Fahri, F., & Ardanu, H. (2025). Peningkatan Kapasitas UMKM Desa Simpang Gambus melalui Pelatihan Digitalisasi dan Branding oleh Mahasiswa KKN Universitas Asahan 2025. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 1279–1287. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.617>