

Penerapan Google Maps sebagai Strategi Pengenalan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Desa Dolok Merawan Kecamatan Dolok Merawan Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara

Mutawaqil Billah Tumanggor¹, Dini Dwi Wahyuningsih², Rany Aprilliana³, Suci Atika Siagian⁴, Wanda Riana⁵, Fachrurozi Harahap⁶

^{1,2,3,5} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Indonesia

⁴ Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Indonesia

⁶ Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Indonesia

*e-mail: mutawaqilbilahtumnggor@umnaw.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat desa. Namun, masih terdapat pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk memperkenalkan usahanya kepada masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk menerapkan Google Maps sebagai salah satu strategi dalam membantu pengenalan dan pengembangan UMKM di Desa Dolok Merawan, Kecamatan Dolok Merawan, Kabupaten Serdang Bedagai. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif melalui observasi, pendataan, komunikasi dengan pemilik UMKM, dokumentasi, dan pendampingan pendaftaran lokasi usaha. Kegiatan ini dilakukan pada tiga UMKM, yaitu Tempe Ibu Nani, Tahu Ibu Lela, dan Nugget Viral. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa ketiga UMKM berhasil didaftarkan dan ditampilkan pada Google Maps sehingga masyarakat dapat lebih mudah mengetahui dan menemukan lokasi usaha. Pemanfaatan Google Maps juga membantu meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM melalui media digital serta memberikan pemahaman kepada pelaku usaha mengenai pentingnya teknologi dalam mendukung pengembangan usaha. Meskipun belum dilakukan pengukuran terhadap peningkatan jumlah pelanggan atau penjualan, Google Maps dapat menjadi langkah awal yang sederhana dalam mendukung digitalisasi dan pengenalan UMKM di Desa Dolok Merawan.

Kata kunci: Google Maps, Digitalisasi, UMKM, Pemasaran Digital, Desa Dolok Merawan

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in supporting the economy of rural communities. However, there are still MSME owners who have not yet made optimal use of digital technology to promote their businesses to the public. This project aims to utilize Google Maps as one of the strategies to help promote and develop MSMEs in Dolok Merawan Village, Dolok Merawan Subdistrict, Serdang Bedagai Regency. The method used was descriptive with a qualitative approach through observation, data collection, communication with MSME owners, documentation, and assistance with business location registration. This activity was conducted at three MSMEs, namely Tempe Ibu Nani, Tahu Ibu Lela, and Nugget Viral. The results of the activity show that all three SMEs were successfully registered and displayed on Google Maps, making it easier for the public to identify and locate the businesses. The use of Google Maps also helped increase the visibility and accessibility of MSMEs through digital media and provided business owners with an understanding of the importance of technology in supporting business development. Although No. measurements have yet been taken regarding increases in the number of customers or sales, Google Maps can serve as a simple first step in supporting the digitization and promotion of MSMEs in Dolok Merawan Village.

Keywords: Google Maps, Digitalization, MSMEs, Digital Marketing, Dolok Merawan Village

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk usaha yang banyak dijalankan oleh masyarakat dan memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan ekonomi di lingkungan sekitar. UMKM tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi pemilik usaha, tetapi juga menyediakan berbagai produk dan kebutuhan yang dapat dimanfaatkan oleh

masyarakat. Namun, dalam perkembangannya masih terdapat UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal untuk memperkenalkan usaha dan produknya kepada masyarakat yang lebih luas. Salah satu kendala yang dapat ditemui adalah keterbatasan informasi mengenai lokasi usaha, sehingga konsumen yang belum mengenal daerah tersebut dapat mengalami kesulitan untuk menemukan tempat usaha secara langsung.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan usahanya dengan cara yang lebih mudah dan luas. Salah satu media digital yang dapat digunakan adalah Google Maps. Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi untuk menunjukkan arah dan lokasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media untuk memperkenalkan keberadaan suatu usaha kepada calon konsumen. Pencantuman lokasi usaha pada Google Maps dapat membantu masyarakat mengetahui keberadaan UMKM, menemukan lokasi usaha dengan lebih mudah, serta meningkatkan visibilitas usaha di lingkungan digital. Hal tersebut sejalan dengan (Kasnelly et al., 2025) yang menjelaskan bahwa optimalisasi Google Maps dapat digunakan sebagai bagian dari strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas UMKM.

Pemanfaatan Google Maps juga dapat membantu UMKM dalam meningkatkan aksesibilitas konsumen terhadap lokasi usaha. Ketika lokasi usaha sudah tercantum dengan jelas, konsumen dapat memperoleh informasi mengenai keberadaan usaha dan lebih mudah menemukan lokasi tersebut melalui bantuan peta digital. (Wulandari et al., 2025) menunjukkan bahwa pemetaan usaha melalui Google Maps dapat menjadi strategi untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas konsumen terhadap UMKM. Hal yang sama juga terlihat dalam penelitian (Sitanggang et al., 2025), yang membahas pendampingan pendaftaran UMKM di Google Maps sebagai upaya untuk meningkatkan visibilitas usaha di desa. Dengan demikian, penggunaan Google Maps dapat menjadi salah satu langkah sederhana yang dapat dilakukan untuk membantu UMKM dikenal oleh masyarakat yang lebih luas.

Selain membantu konsumen menemukan lokasi usaha, Google Maps juga dapat mendukung proses pengenalan dan pengembangan identitas UMKM. (Abidin et al., 2026) menjelaskan bahwa integrasi Google Maps dapat menjadi bagian dari strategi branding lokal dalam memperkenalkan identitas UMKM desa. Artinya, keberadaan UMKM di media digital tidak hanya membuat lokasi usaha lebih mudah ditemukan, tetapi juga dapat memberikan informasi kepada masyarakat bahwa terdapat usaha lokal yang dapat mereka kunjungi dan memanfaatkan produknya. Hal ini menjadi penting bagi UMKM yang berada di wilayah pedesaan karena keberadaan usaha yang belum banyak dikenal dapat diperkenalkan melalui media digital yang mudah digunakan oleh masyarakat.

Penggunaan Google Maps sebagai media pengenalan UMKM juga didukung oleh (Aushafina & Wikartika, 2023) yang membahas pendampingan digitalisasi marketing melalui aplikasi Google Maps sebagai salah satu upaya meningkatkan pengembangan UMKM desa. Selain itu, (Fujiono et al., 2023) juga membahas pemanfaatan Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran produk UMKM di desa. Dari beberapa penelitian tersebut dapat dipahami bahwa digitalisasi melalui Google Maps dapat menjadi langkah yang cukup sederhana, tetapi bermanfaat dalam membantu UMKM memperkenalkan lokasi dan keberadaan usahanya kepada masyarakat.

Kegiatan pemanfaatan Google Maps tersebut kemudian diterapkan dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Dolok Merawan, Kecamatan Dolok Merawan, Kabupaten Serdang Bedagai. Berdasarkan kegiatan yang dilakukan selama KKN, terdapat beberapa UMKM yang didaftarkan dan diperkenalkan melalui Google Maps agar keberadaan usaha tersebut lebih mudah diketahui dan ditemukan oleh masyarakat. UMKM yang didaftarkan terdiri dari UMKM Tempe Ibu Nani yang berlokasi di daerah Kampung Rebah Dusun IV, UMKM Tahu Ibu Lela yang berlokasi di daerah Kampung Banten Dusun II, serta UMKM Nugget Viral yang berlokasi di Dusun III Desa Dolok Merawan. Ketiga UMKM tersebut merupakan usaha masyarakat yang memiliki produk berbeda dan dapat menjadi bagian dari potensi ekonomi yang ada di desa.

UMKM Tempe Ibu Nani merupakan usaha yang berada di daerah Kampung Rebah Dusun IV. Pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui keberadaan usaha tersebut dan lebih mudah menemukan lokasinya. Selanjutnya, UMKM Tahu Ibu Lela yang berada di Kampung Banten Dusun II juga didaftarkan pada Google Maps sebagai bentuk

pengenalan usaha kepada masyarakat melalui media digital. Sementara itu, UMKM Nugget Viral yang berada di Dusun III juga didaftarkan untuk membantu memperkenalkan lokasi usahanya kepada masyarakat yang ingin mengetahui atau mencari produk tersebut. Dengan adanya pencantuman lokasi ketiga UMKM tersebut, informasi mengenai keberadaan usaha di Desa Dolok Merawan dapat lebih mudah ditemukan melalui pencarian digital.



Gambar 1. Sosialisasi Penerapan Google Maps ke Salah Satu UMKM di Desa Dolok Merawan

Kegiatan tersebut sejalan dengan penelitian (Hamidah et al., 2025) yang membahas dampak pencantuman UMKM pada Google Maps terhadap peningkatan visibilitas dan potensi penjualan dalam kegiatan KKN di Batang Kuis. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan KKN dapat menjadi salah satu sarana untuk membantu pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Mahasiswa tidak hanya membantu dalam proses pendaftaran lokasi usaha, tetapi juga memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya keberadaan usaha di platform digital agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat.

Dalam perkembangan pemasaran saat ini, keberadaan UMKM pada platform digital menjadi semakin penting karena konsumen dapat mencari informasi mengenai suatu usaha melalui perangkat yang mereka gunakan sehari-hari. (Salsyabillah et al., 2025) menjelaskan mengenai peran Google Maps dalam strategi promosi dan penjualan UMKM. Oleh karena itu, pencantuman lokasi UMKM di Google Maps dapat menjadi salah satu bentuk promosi sederhana yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha, khususnya bagi UMKM yang sebelumnya belum memiliki keberadaan atau informasi lokasi yang jelas di media digital.

Selain itu, (Septiani et al., 2026) menjelaskan bahwa digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps dapat memperkuat identitas dan aksesibilitas UMKM serta membantu meningkatkan jangkauan konsumen. Dengan adanya informasi lokasi yang lebih mudah ditemukan, masyarakat dari dalam maupun luar wilayah desa memiliki peluang yang lebih besar untuk mengetahui keberadaan UMKM tersebut. Oleh karena itu, pemanfaatan Google Maps tidak hanya berkaitan dengan penunjuk arah, tetapi juga dapat menjadi bagian dari upaya pengembangan UMKM melalui peningkatan pengenalan usaha dan kemudahan akses bagi konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penerapan Google Maps pada UMKM di Desa Dolok Merawan menjadi salah satu kegiatan yang dapat mendukung proses digitalisasi usaha masyarakat desa. Pendaftaran UMKM Tempe Ibu Nani di Kampung Rebah Dusun IV, UMKM Tahu Ibu Lela di Kampung Banten Dusun II, dan UMKM Nugget Viral di Dusun III diharapkan dapat membantu memperkenalkan keberadaan usaha tersebut kepada masyarakat secara lebih luas. Kegiatan ini juga menjadi bentuk kontribusi mahasiswa KKN dalam membantu pelaku UMKM memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, dan potensi pengembangan usaha. Dengan demikian, artikel ini membahas “Penerapan Google Maps sebagai Strategi Pengenalan dan Pengembangan UMKM di Desa Dolok Merawan, Kecamatan Dolok Merawan, Kabupaten Serdang Bedagai” sebagai salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung keberadaan dan perkembangan UMKM di tingkat desa.

2. METODE

Kegiatan ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu menggambarkan secara langsung proses pelaksanaan kegiatan selama KKN. Kegiatan dilakukan melalui pendampingan dan pendaftaran UMKM ke Google Maps di Desa Dolok Merawan. Metode ini sesuai dengan penelitian (Aushafina & Wikartika, 2023) yang menggunakan pendampingan digitalisasi marketing melalui Google Maps untuk mendukung pengembangan UMKM desa.

Objek kegiatan adalah tiga UMKM di Desa Dolok Merawan, yaitu UMKM Tempe Ibu Nani, Tahu Ibu Lela, dan Nugget Viral. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

1. Identifikasi UMKM

Mahasiswa mengidentifikasi UMKM yang akan didaftarkan dan memilih tiga UMKM sebagai objek kegiatan. Pemetaan UMKM melalui Google Maps dapat membantu meningkatkan visibilitas dan kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi usaha (Wulandari et al., 2025).

2. Pendataan dan Komunikasi

Mahasiswa melakukan komunikasi dengan pemilik UMKM dan mengumpulkan informasi yang diperlukan, terutama nama dan lokasi usaha.

3. Pendaftaran ke Google Maps

Mahasiswa membantu mendaftarkan lokasi Tempe Ibu Nani, Tahu Ibu Lela, dan Nugget Viral ke Google Maps. Kegiatan ini sejalan dengan (Simatupang et al., 2025) yang menjelaskan pendaftaran UMKM ke Google Maps sebagai salah satu strategi promosi lokal.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pemilik UMKM diberikan penjelasan mengenai manfaat Google Maps sebagai media untuk memperkenalkan usaha. Selanjutnya dilakukan pengecekan terhadap hasil pendaftaran dan dokumentasi kegiatan. (Kasnelly et al., 2025) menjelaskan bahwa optimalisasi Google Maps dapat membantu meningkatkan visibilitas UMKM.

Data kegiatan diperoleh melalui observasi, komunikasi langsung dengan pemilik UMKM, dan dokumentasi selama proses pendampingan dan pendaftaran. Hasil kegiatan kemudian dijelaskan secara deskriptif untuk menggambarkan penerapan Google Maps sebagai salah satu strategi pengenalan UMKM di Desa Dolok Merawan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penerapan Google Maps pada UMKM di Desa Dolok Merawan merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital yang dilakukan untuk membantu pelaku usaha dalam memperkenalkan keberadaan usahanya kepada masyarakat. Kegiatan ini dilakukan dalam rangkaian pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan sasaran tiga UMKM yang berada di Desa Dolok Merawan, yaitu UMKM Tempe Ibu Nani, UMKM Tahu Ibu Lela, dan UMKM Nugget Viral. Ketiga UMKM tersebut didaftarkan pada Google Maps agar lokasi usahanya dapat ditemukan secara lebih mudah melalui media digital. Kegiatan ini menjadi salah satu langkah sederhana dalam memperkenalkan UMKM desa agar tidak hanya dikenal oleh masyarakat yang berada di sekitar lokasi usaha, tetapi juga dapat diketahui oleh masyarakat yang mencari informasi melalui internet.



Gambar 2. Penerapan Google Maps pada UMKM di Desa Dolok Merawan

Penerapan Google Maps pada ketiga UMKM tersebut menunjukkan bahwa proses digitalisasi UMKM dapat dimulai dari hal yang sederhana. Digitalisasi tidak selalu harus dilakukan dengan menggunakan teknologi yang rumit atau membutuhkan biaya yang besar. Salah satu bentuk digitalisasi yang mudah dilakukan adalah menyediakan informasi mengenai lokasi usaha pada platform yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat. Dengan adanya lokasi UMKM pada Google Maps, masyarakat dapat mencari nama usaha melalui pencarian digital dan mengetahui posisi usaha tersebut. Hal ini sesuai dengan (Fujiono et al., 2023) yang menjelaskan bahwa Google Maps dapat dimanfaatkan sebagai salah satu bentuk digitalisasi pemasaran produk UMKM di desa. Penggunaan Google Maps dapat menjadi langkah awal bagi UMKM yang sebelumnya belum memanfaatkan teknologi digital dalam memperkenalkan usahanya.

Salah satu manfaat yang dapat dilihat dari kegiatan tersebut adalah meningkatnya kemudahan masyarakat dalam menemukan keberadaan UMKM. Sebelum suatu lokasi dicantumkan secara digital, konsumen yang belum mengenal wilayah tersebut mungkin akan mengalami kesulitan untuk mengetahui tempat usaha secara tepat. Dengan adanya Google Maps, konsumen dapat memperoleh informasi mengenai lokasi usaha dan menggunakan petunjuk arah untuk menuju tempat tersebut. Kemudahan ini menjadi penting karena lokasi merupakan salah satu informasi dasar yang dibutuhkan konsumen ketika ingin mengunjungi suatu usaha secara langsung. Oleh karena itu, pencantuman lokasi pada Google Maps dapat membantu mengurangi kesulitan konsumen dalam mencari lokasi UMKM.

Selain memberikan kemudahan dalam menemukan lokasi, kegiatan ini juga berkaitan dengan peningkatan visibilitas UMKM. Visibilitas dapat dipahami sebagai tingkat kemudahan suatu usaha untuk ditemukan dan diketahui oleh masyarakat. Semakin mudah sebuah usaha ditemukan, semakin besar kesempatan masyarakat untuk mengetahui keberadaan usaha tersebut. (Kasnelly et al., 2025) menjelaskan bahwa optimalisasi Google Maps dapat digunakan sebagai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM pada Google Maps dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kehadiran usaha di lingkungan digital. Dengan demikian, pendaftaran UMKM Tempe Ibu Nani, UMKM Tahu Ibu Lela, dan UMKM Nugget Viral dapat menjadi langkah awal agar ketiga usaha tersebut lebih mudah ditemukan oleh masyarakat melalui media digital.

Peningkatan visibilitas tersebut menjadi semakin penting bagi UMKM yang berada di wilayah pedesaan. UMKM di desa pada umumnya berada di lingkungan yang lebih dikenal oleh masyarakat sekitar, sehingga konsumen dari luar wilayah mungkin belum mengetahui keberadaan usaha tersebut. Ketika lokasi usaha sudah tersedia pada Google Maps, informasi mengenai usaha menjadi lebih terbuka untuk ditemukan oleh masyarakat yang menggunakan layanan pencarian lokasi. Dengan demikian, Google Maps dapat membantu memperluas informasi mengenai keberadaan UMKM tanpa mengharuskan pelaku usaha melakukan promosi secara langsung kepada setiap calon konsumen.

Kegiatan yang dilakukan juga memiliki hubungan yang kuat dengan aspek aksesibilitas konsumen. Aksesibilitas dalam kegiatan ini berkaitan dengan kemudahan konsumen untuk menemukan dan mencapai lokasi UMKM. (Wulandari et al., 2025) membahas pemetaan usaha di Google Maps sebagai strategi untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas konsumen. Ketika lokasi UMKM sudah tercantum pada peta digital, konsumen dapat mengetahui posisi usaha dengan lebih jelas dan memperoleh petunjuk untuk menuju lokasi. Dengan demikian, Google Maps tidak hanya berfungsi untuk membuat usaha dapat ditemukan, tetapi juga membantu konsumen dalam menentukan perjalanan menuju tempat usaha.

Penerapan Google Maps pada UMKM Tempe Ibu Nani di Kampung Rebah, Dusun IV, misalnya, dapat memberikan informasi lokasi yang lebih jelas bagi masyarakat yang ingin mencari usaha tersebut. Begitu juga dengan UMKM Tahu Ibu Lela yang berada di Kampung Banten, Dusun II. Dengan adanya pencantuman lokasi, konsumen yang belum mengetahui secara pasti lokasi usaha dapat menggunakan Google Maps untuk membantu menemukan tempat tersebut. Hal yang sama berlaku bagi UMKM Nugget Viral yang berada di Dusun III. Ketiga lokasi tersebut berada pada dusun yang berbeda, sehingga pencantuman masing-masing lokasi dapat membantu masyarakat mengetahui keberadaan UMKM secara lebih spesifik.

Selain lokasi, pendaftaran UMKM pada Google Maps juga dapat membantu memperkuat identitas usaha. Identitas merupakan hal yang penting karena membantu masyarakat membedakan satu usaha dengan usaha lainnya. Ketika nama usaha dicantumkan pada platform digital bersama dengan lokasinya, masyarakat memiliki informasi dasar untuk mengenali usaha tersebut. (Abidin et al., 2026) membahas digitalisasi identitas UMKM desa melalui pembuatan logo dan integrasi Google Maps sebagai strategi branding lokal. Berdasarkan penelitian tersebut, Google Maps dapat menjadi bagian dari upaya membangun branding atau pengenalan UMKM di tingkat lokal. Oleh karena itu, pencantuman nama dan lokasi ketiga UMKM di Desa Dolok Merawan dapat menjadi salah satu langkah dalam memperkenalkan identitas usaha secara digital.

Branding dalam kegiatan ini tidak hanya berarti membuat tampilan usaha menjadi lebih menarik, tetapi juga bagaimana masyarakat dapat mengenali dan mengingat keberadaan suatu usaha. Jika sebuah UMKM memiliki informasi yang jelas di media digital, masyarakat akan lebih mudah mengenali nama dan lokasinya. Hal ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan identitas usaha pada tahap berikutnya. Dengan demikian, Google Maps dapat memberikan manfaat yang lebih luas daripada sekadar menunjukkan arah, karena keberadaan usaha pada platform digital juga dapat mendukung proses pengenalan UMKM kepada masyarakat.

Kegiatan pendaftaran lokasi UMKM pada Google Maps juga merupakan bagian dari pendampingan digitalisasi bagi pelaku usaha. Tidak semua pelaku UMKM memiliki pengetahuan dan pengalaman yang sama dalam menggunakan teknologi digital. Sebagian pelaku usaha mungkin sudah terbiasa menggunakan media sosial, sedangkan sebagian lainnya masih lebih banyak mengandalkan promosi dari mulut ke mulut atau pelanggan di sekitar tempat usaha. Oleh sebab itu, pendampingan dari mahasiswa KKN dapat membantu pelaku usaha memahami bahwa teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan usaha mereka. (Sitanggang et al., 2025) membahas pendampingan pendaftaran UMKM di Google Maps sebagai upaya meningkatkan visibilitas usaha di desa. Hal tersebut memiliki keterkaitan dengan kegiatan yang dilakukan di Desa Dolok Merawan karena sama-sama menggunakan pendaftaran Google Maps sebagai salah satu bentuk pendampingan digital bagi UMKM.

Pendampingan tersebut juga memberikan pemahaman bahwa pemanfaatan teknologi tidak harus langsung dilakukan dalam bentuk yang kompleks. Pelaku UMKM dapat memulai dari satu langkah sederhana, yaitu memastikan usaha mereka memiliki informasi lokasi yang dapat ditemukan secara online. Setelah terbiasa dengan penggunaan teknologi tersebut, pelaku usaha dapat melanjutkan ke bentuk digitalisasi lainnya, seperti menggunakan media sosial atau mengembangkan strategi pemasaran digital lainnya. Dengan demikian, penerapan Google Maps dapat menjadi pintu masuk bagi pelaku UMKM untuk mulai mengenal dan memanfaatkan teknologi dalam kegiatan usaha.

Dari sisi pemasaran, keberadaan UMKM pada Google Maps juga dapat mendukung kegiatan promosi. Ketika masyarakat mencari informasi mengenai suatu usaha atau produk di wilayah tertentu, keberadaan usaha yang sudah tercantum pada Google Maps dapat memberikan kesempatan bagi usaha tersebut untuk ditemukan. (Salsyabillah et al., 2025) membahas peran Google Maps dalam strategi promosi dan penjualan UMKM. Berdasarkan penelitian tersebut, Google Maps dapat digunakan sebagai salah satu media yang mendukung kegiatan promosi dan penjualan. Oleh karena itu, pencantuman lokasi ketiga UMKM di Desa Dolok Merawan dapat dipandang sebagai bagian dari upaya memperkenalkan usaha melalui media digital.

Meskipun demikian, penggunaan Google Maps sebaiknya tidak dianggap sebagai satu-satunya strategi pemasaran UMKM. Google Maps lebih berperan sebagai media yang membantu konsumen menemukan keberadaan dan lokasi usaha. Agar manfaat digitalisasi dapat dikembangkan lebih jauh, pelaku UMKM dapat memanfaatkan media digital lainnya untuk memberikan informasi mengenai produk, harga, promosi, maupun informasi usaha. Dengan kata lain, Google Maps dapat menjadi salah satu dasar yang mendukung strategi digital yang lebih luas. Hal ini penting agar proses digitalisasi UMKM tidak berhenti hanya pada pendaftaran lokasi, tetapi dapat terus dikembangkan sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan masing-masing pelaku usaha.

Kegiatan yang dilakukan dalam KKN ini memiliki kesamaan dengan penelitian (Hamidah et al., 2025) yang membahas dampak pencantuman UMKM pada Google Maps terhadap

peningkatan visibilitas dan potensi penjualan dalam kegiatan KKN di Batang Kuis. Kesamaan tersebut terlihat dari pemanfaatan kegiatan KKN sebagai sarana untuk membantu pelaku UMKM menggunakan Google Maps. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dapat mengambil peran dalam membantu masyarakat memanfaatkan teknologi digital secara sederhana. Melalui kegiatan tersebut, mahasiswa tidak hanya menjalankan kegiatan akademik, tetapi juga memberikan pengetahuan dan pendampingan yang dapat digunakan oleh masyarakat dalam mengembangkan usahanya.

Selanjutnya, digitalisasi lokasi usaha juga dapat mendukung perluasan jangkauan konsumen. (Septiani et al., 2026) menjelaskan bahwa digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps dapat digunakan untuk memperkuat identitas dan aksesibilitas UMKM serta meningkatkan jangkauan konsumen. Ketika lokasi usaha dapat ditemukan secara online, konsumen yang sebelumnya tidak mengetahui keberadaan UMKM memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menemukan usaha tersebut. Dalam konteks Desa Dolok Merawan, hal ini dapat membantu memperkenalkan UMKM Tempe Ibu Nani, UMKM Tahu Ibu Lela, dan UMKM Nugget Viral kepada masyarakat yang belum pernah mengetahui lokasi usaha tersebut.

Perluasan jangkauan konsumen tidak berarti bahwa setelah didaftarkan di Google Maps jumlah pembeli secara otomatis akan meningkat. Namun, keberadaan lokasi secara digital dapat memberikan peluang yang lebih besar bagi konsumen untuk mengetahui usaha tersebut. Dengan demikian, manfaat utama yang dapat dilihat dari kegiatan ini adalah terbentuknya akses informasi yang sebelumnya mungkin belum tersedia secara digital. Informasi tersebut dapat menjadi dasar bagi calon konsumen untuk mengenal dan mempertimbangkan suatu UMKM.

Kegiatan ini juga dapat dilihat sebagai bentuk pemberdayaan UMKM melalui teknologi. Pemberdayaan tidak hanya dilakukan dengan memberikan bantuan berupa barang atau modal, tetapi juga dapat dilakukan melalui peningkatan pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan teknologi. (Nova et al., 2025) membahas pemberdayaan UMKM melalui optimalisasi digitalisasi usaha berbasis Google Maps. Hal tersebut memperkuat bahwa penggunaan Google Maps dapat menjadi salah satu bentuk kegiatan yang mendukung proses pemberdayaan pelaku UMKM. Dengan adanya pendampingan, pelaku usaha dapat mengetahui bahwa teknologi digital dapat digunakan untuk membantu memperkenalkan usaha mereka.

(Ariyadi et al., 2025) juga membahas optimalisasi digitalisasi Google Maps dalam meningkatkan branding UMKM desa. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi lokasi dapat dikaitkan dengan upaya membangun pengenalan usaha. Bagi UMKM yang berada di desa, keberadaan identitas digital menjadi penting karena dapat membantu usaha tersebut mengikuti perkembangan cara masyarakat memperoleh informasi. Dengan adanya Google Maps, identitas usaha tidak hanya berada dalam lingkungan fisik, tetapi juga mulai memiliki keberadaan dalam lingkungan digital.

Penerapan Google Maps pada ketiga UMKM juga sesuai dengan perkembangan digital marketing yang semakin banyak digunakan oleh usaha kecil dan menengah. (Putri et al., 2026) secara khusus membahas strategi digital marketing UMKM melalui pemanfaatan Google Maps. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Google Maps dapat menjadi salah satu bagian dari strategi digital marketing bagi UMKM. Selain itu, (Humairoh et al., 2025) membahas daya saing UMKM pada era digital melalui pemasaran media sosial dan Google Maps. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital dapat membantu UMKM menyesuaikan diri dengan perkembangan lingkungan bisnis dan perubahan cara konsumen memperoleh informasi.

Perkembangan digital marketing tersebut juga didukung oleh (Siahaan et al., 2024) yang membahas tren dan prospek digital marketing pada usaha kecil dan menengah. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa digital marketing menjadi salah satu bagian penting dalam perkembangan UMKM. (Siahaan et al., 2024) juga melakukan penelitian mengenai strategi digital marketing dan kinerja usaha kecil dan menengah. Kedua referensi tersebut memberikan gambaran bahwa pemanfaatan teknologi digital semakin berkaitan dengan kegiatan usaha UMKM. Dalam konteks kegiatan KKN di Desa Dolok Merawan, penerapan Google Maps dapat menjadi langkah awal yang sederhana dalam memperkenalkan pelaku UMKM pada pemanfaatan teknologi digital.

Jika dilihat dari pelaksanaan kegiatan, pendaftaran Google Maps pada UMKM Tempe Ibu Nani, UMKM Tahu Ibu Lela, dan UMKM Nugget Viral memberikan manfaat utama berupa tersedianya informasi lokasi usaha secara digital. Sebelumnya, masyarakat yang belum mengetahui lokasi usaha harus mendapatkan informasi dari orang lain atau mencari informasi secara langsung. Setelah lokasi dicantumkan pada Google Maps, pencarian dapat dilakukan melalui media digital. Hal ini membuat informasi lokasi menjadi lebih praktis dan mudah diakses. Dengan demikian, kegiatan KKN ini memberikan perubahan pada cara informasi mengenai lokasi UMKM dapat diperoleh oleh masyarakat.

Selain itu, ketiga UMKM tersebut memiliki lokasi yang berbeda di Desa Dolok Merawan. UMKM Tempe Ibu Nani berada di Kampung Rebah, Dusun IV, UMKM Tahu Ibu Lela berada di Kampung Banten, Dusun II, sedangkan UMKM Nugget Viral berada di Dusun III. Pencantuman lokasi masing-masing UMKM membuat keberadaan usaha menjadi lebih terarah dan mudah dikenali berdasarkan wilayahnya. Hal ini juga dapat memberikan gambaran bahwa digitalisasi lokasi tidak hanya bermanfaat bagi konsumen, tetapi dapat membantu memperkenalkan keberadaan berbagai UMKM yang tersebar di wilayah desa.

Dari hasil pembahasan tersebut dapat diketahui bahwa penerapan Google Maps memiliki beberapa manfaat yang saling berkaitan. Pertama, Google Maps membantu meningkatkan visibilitas karena usaha menjadi lebih mudah ditemukan. Kedua, Google Maps meningkatkan aksesibilitas karena konsumen dapat memperoleh petunjuk menuju lokasi usaha. Ketiga, pencantuman nama dan lokasi dapat membantu memperkenalkan identitas UMKM. Keempat, keberadaan usaha secara digital dapat mendukung kegiatan promosi dan membuka peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Kelima, kegiatan pendampingan dapat membantu pelaku UMKM mulai memahami manfaat teknologi digital bagi perkembangan usahanya.

Namun, keberhasilan penerapan Google Maps tidak hanya bergantung pada tersedianya lokasi usaha. Pelaku UMKM juga perlu menjaga agar informasi usaha yang ditampilkan tetap sesuai dengan kondisi sebenarnya. Informasi mengenai nama usaha, lokasi, dan keterangan lainnya perlu diperhatikan agar konsumen memperoleh informasi yang jelas. Oleh karena itu, setelah kegiatan pendaftaran dilakukan, pelaku UMKM diharapkan dapat terus memanfaatkan dan mengembangkan keberadaan digital tersebut. Google Maps dapat menjadi langkah awal yang kemudian dapat dilanjutkan dengan pemanfaatan media digital lainnya untuk mendukung pemasaran dan pengembangan usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan penerapan Google Maps pada tiga UMKM di Desa Dolok Merawan menunjukkan bahwa teknologi digital dapat dimanfaatkan dengan cara yang sederhana untuk membantu memperkenalkan usaha masyarakat. Pendaftaran UMKM Tempe Ibu Nani, UMKM Tahu Ibu Lela, dan UMKM Nugget Viral bukan hanya bertujuan untuk menunjukkan lokasi usaha, tetapi juga menjadi bagian dari upaya meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, identitas, dan peluang jangkauan konsumen. Hasil kegiatan ini sejalan dengan berbagai penelitian dalam referensi yang menunjukkan bahwa Google Maps dapat dimanfaatkan sebagai media pendukung digitalisasi dan pemasaran UMKM di wilayah pedesaan.

Dengan demikian, penerapan Google Maps dapat menjadi salah satu strategi awal dalam pengembangan UMKM di Desa Dolok Merawan. Meskipun penggunaannya masih sederhana, keberadaan UMKM pada platform digital memberikan perubahan penting dalam cara masyarakat menemukan informasi mengenai suatu usaha. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa KKN dapat berperan dalam membantu pelaku UMKM beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Diharapkan, setelah kegiatan KKN selesai, pelaku UMKM dapat terus memanfaatkan keberadaan digital tersebut dan mengembangkan penggunaan teknologi lainnya sehingga proses digitalisasi tidak berhenti pada pencantuman lokasi saja, tetapi dapat berkembang menjadi strategi pemasaran yang lebih luas dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, penerapan Google Maps dapat menjadi salah satu cara sederhana untuk membantu proses digitalisasi UMKM di Desa Dolok Merawan. Melalui kegiatan ini, 3 UMKM, yaitu UMKM Tempe Ibu Nani, Tahu Ibu Lela, dan Nugget Viral, telah berhasil didaftarkan dan ditampilkan pada Google Maps. Dengan adanya lokasi usaha di Google Maps, masyarakat dan calon konsumen dapat lebih mudah mengetahui keberadaan serta menemukan lokasi UMKM tersebut. Selain itu, penggunaan Google Maps juga dapat membantu UMKM memperkenalkan usahanya secara lebih luas melalui media digital.

Kegiatan pendampingan juga membantu pelaku UMKM memahami pentingnya penggunaan teknologi digital dalam mengenalkan dan mempromosikan usaha. Namun, kegiatan ini belum dapat membuktikan secara langsung adanya peningkatan jumlah pelanggan atau penjualan karena belum dilakukan pengukuran sebelum dan sesudah penggunaan Google Maps. Oleh karena itu, Google Maps dapat dipandang sebagai salah satu langkah awal yang dapat dikembangkan bersama dengan media promosi digital lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M., Khoiriyah, S., Zakariya, M., & Suningsih, S. (2026). Digitalisasi Identitas UMKM Desa Sukorejo: Pembuatan Logo dan Integrasi Google Maps sebagai Strategi Branding Lokal. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 282–290. <https://doi.org/10.24036/abdi.v8i1.1772>
- Ariyadi, M., Suparmun, A., Hayati, L., Anugraini, N., Mufida, N., Rizky, M., & Fazlurrohman, M. (2025). Strategi Peningkatan Branding UMKM melalui Digitalisasi dan Pembuatan Plang di Desa Jimbung, Kec.Kalikotes, Kab.Klaten. *JOONG-KI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 509–517. <https://al-haramjournal.co.id/Joong-Ki/article/view/12937/9131>
- Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 477–483. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>
- Fujiono, Zabadi, F., Hanayanti, C., & Rahmawati, R. (2023). PEMANFAATAN GOOGLE-MAPS SEBAGAI BENTUK DIGITALISASI PEMASARAN PRODUK UMKM DI DESA BUNDER. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(2), 89–93.
- Hamidah, N., Sagala, N., & Nasution, F. (2025). Dampak Pencantuman UMKM pada Google Maps Terhadap Peningkatan Visibilitas dan Potensi Penjualan. *Jurnal ABDIMAS KESOSI*, 8(Januari).
- Humairoh, H., Soemadi, R. R. A., & Nur, B. (2025). Competitiveness of MSMEs in the Digital Era Through Google Maps Social Media Marketing and Entrepreneurship. *Dinasti International Journal of Management Science*, 7(2), 430–436. <https://doi.org/10.38035/dijms.v7i2.6143>
- Kasnelly, S., Afkari, S., Musdallifah, D., Marwiyah, Ehwan, M., & Agustia, U. (2025). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5, 72–85. www.ejournal.an-nadwah.ac.id
- Nova, S., Harahap, R., Hapshani, N. F., Azhari, M. F., Negeri, U. I., & Utara, S. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Optimalisasi Digitalisasi Usaha Berbasis Google Maps di Desa Raya Dusun IV. *East Journal of Innovative Community Services*, 4(01), 22–34. <https://doi.org/10.58812/ejincs.v4i01>
- Putri, I., Triesia, D., Deka, F., Istigharany, A., & Sunami, P. (2026). DIGITAL MARKETING STRATEGIES OF MSMES THROUGH THE UTILIZATION OF GOOGLE MAPS. *International Journal of Economic Literature (INJOLE)*, 3(9), 704–714.

- Salsyabillah, M., Pranata, A., Yasmin, R., & Misrah. (2025). Peran Google Maps dalam Strategi Promosi dan Penjualan UMKM. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 460–470. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v5i4.6957>
- Septiani, M., Ghalyndra Perdana, M., Anggori, N., Cania, M. P., Thilana, M., & Asrol, S. (2026). PEMANFAATAN GOOGLE MAPS DAN MEDIA SOSIAL DALAM PENGUATAN PEMASARAN DIGITAL UMKM DI KELURAHAN CAMBAI. *LEMBAH: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 81–93.
<https://journal.stiapancamargapalu.ac.id/index.php/lembah/article/view/294/210>
- Siahaan, G., Gunali Ginting, L., & Tinggi, S. (2024). Strategy to Increase Sales of Micro, Small and Medium Enterprises in the Simpang Limun Area by Registering Business Locations on Google Maps. In *Simbisa Journal Multidisciplinary Research* (Vol. 7, Number 1). <https://simbisa.lmappi-journals.org>
- Simatupang, K., Arifin, F., & Khairunnisa. (2025). Implementasi Pendaftaran UMKM Desa Pematang Kasih Kecamatan Pantai Cermin ke Google Maps sebagai Strategi Promosi Lokal. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(4), 163–173. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v4i4.3320>
- Sitanggang, N., Rinardi, M., Nasution, H., & Armina, D. (2025). Pendampingan Pendaftaran UMKM di Google Maps sebagai Upaya Peningkatan Visibilitas Usaha di Desa Sempajaya. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 9, 561–568. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i3>
- Wulandari, Mulyana, S., Meisarah, H., Anazra, D., & Samsudin. (2025). DIGITALISASI UMKM DESA TIMBANG LAWAN MELALUI PEMETAAN USAHA DI GOOGLE MAPS SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN VISIBILITAS DAN AKSESIBILITAS KONSUMEN. *SABANGKA ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 4(06), 2828–4208. <https://doi.org/10.62668/sabangkaabdimas.v4i06.1901>