

## Optimalisasi *Digital Presence* UMKM melalui Integrasi *Google Maps* sebagai Strategi Peningkatan Visibilitas dan Akses Pasar di Desa Dogang, Kabupaten Langkat

Ja'far Hamzah Pulungan<sup>1\*</sup>, Dimas Ardika<sup>2</sup>, Mhd Yudha Anugrah<sup>3</sup>, Ibnu Radwan Siddik Turnip<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

<sup>4</sup>Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

\*Email Korespondensi: hamzahpulungan5903@gmail.com

### ABSTRACT

*The digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is a key strategy to enhance visibility and market access in the digital economy era. However, most MSMEs in rural areas still operate conventionally and lack adequate digital presence. This community service activity aims to optimize MSMEs' digital presence through the integration of Google Maps as an effort to improve their visibility and market access in Dogang Village, Langkat Regency. The activity employed a participatory and applicative approach consisting of three main stages: socialization on the importance of MSME digitalization, assistance in creating and optimizing Google Maps through Google Business Profile, and activity evaluation. The results show that all targeted MSMEs were successfully registered on Google Maps and experienced improved understanding in managing their business identity digitally. One MSME, namely a palm sugar enterprise, reported significant benefits in terms of easier customer access and increased customer trust. Overall, this program contributed to enhancing the digital literacy of MSME actors and supported the strengthening of the local economy. The integration of Google Maps proved to be a simple and effective digital solution to improve the visibility and market access of rural MSMEs.*

### Keywords

*MSMEs, Digital Presence, Google Maps, Rural Economy*



BERDAYA: Jurnal  
Pendidikan dan  
Pengabdian Kepada  
Masyarakat  
Vol 8, No.1, 2026, pp.  
135 - 146  
eISSN 2721-6381

### Article History

Received : 1/12/2026 / Accepted : 2/3/2026 / First Published : 2/3/2026

### To cite this article

Pulungan, J. H., Ardika, D., Anugrah, M. Y., & Turnip, I. R. S. (2026). Optimalisasi Digital Presence UMKM melalui Integrasi Google Maps sebagai Strategi Peningkatan Visibilitas dan Akses Pasar di Desa Dogang, Kabupaten Langkat. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 135 - 146. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v8i1.1794>



© The Author(s)2026

This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

## ABSTRAK

Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan strategi penting dalam meningkatkan visibilitas dan akses pasar di era ekonomi digital. Namun, sebagian besar UMKM di wilayah perdesaan masih menjalankan usaha secara konvensional dan belum memiliki kehadiran digital yang memadai. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan *digital presence* UMKM melalui integrasi *Google Maps* sebagai upaya peningkatan visibilitas dan akses pasar UMKM di Desa Dogang, Kabupaten Langkat. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu sosialisasi pentingnya digitalisasi UMKM, pendampingan pembuatan dan optimalisasi *Google Maps* melalui *Google Business Profile*, serta evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh UMKM sasaran berhasil terdaftar di *Google Maps* dan mengalami peningkatan pemahaman dalam mengelola identitas usaha secara digital. Salah satu UMKM, yaitu usaha gula aren, merasakan manfaat signifikan berupa kemudahan akses konsumen dan peningkatan kepercayaan pelanggan. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan literasi digital pelaku UMKM dan mendukung penguatan ekonomi lokal. Integrasi *Google Maps* terbukti menjadi solusi digital yang sederhana dan efektif dalam meningkatkan visibilitas serta akses pasar UMKM perdesaan.

## Profil Penulis

**Ja'far Hamzah Pulungan, Dimas Ardika, Mhd Yudha Anugrah**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam, Universitas Islam Negeri  
Sumatera Utara, Medan,  
Indonesia

**Ibnu Radwan Siddik Turnip**  
Fakultas Syariah dan Hukum,  
Universitas Islam Negeri  
Sumatera Utara, Medan,  
Indonesia

Coresponding Author  
: hamzahpulungan5903@gmail.com

**Kata Kunci:** UMKM, Kehadiran Digital, *Google Maps*,  
Ekonomi Lokal

Reviewing Editor  
Maya Mustika

## PENDAHULUAN

Digitalisasi UMKM menjadi kebutuhan mendesak di tengah meningkatnya peran teknologi digital dalam aktivitas ekonomi masyarakat (Morisson & Fikri, 2025). Banyak UMKM di wilayah perdesaan masih menghadapi keterbatasan dalam akses pasar akibat rendahnya visibilitas usaha secara digital. Salah satu bentuk *digital presence* yang paling mendasar namun berdampak signifikan adalah keterdaftaran lokasi usaha pada platform berbasis peta digital seperti *Google Maps* (Rahmah & Nopiyanti, 2025; Rahmanida *et al.*, 2025). Keberadaan UMKM di *Google Maps* memungkinkan konsumen untuk menemukan lokasi usaha secara cepat, memperoleh informasi dasar usaha, serta meningkatkan

kepercayaan publik terhadap eksistensi UMKM tersebut (Firmansyah, 2025; Sibawahi *et al.*, 2025). *Digital presence* juga terbukti berkontribusi positif terhadap perluasan jangkauan pasar dan peningkatan interaksi dengan konsumen (Sifwah *et al.*, 2024).

Desa Dogang, Kabupaten Langkat, memiliki potensi UMKM yang cukup beragam, namun sebagian besar pelaku usaha belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Berdasarkan hasil observasi awal kegiatan PKM, ditemukan bahwa mayoritas UMKM masih mengandalkan pemasaran konvensional dan belum terdaftar pada *Google Maps*, sehingga sulit ditemukan oleh konsumen dari luar wilayah desa. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan Arifin *et al.* (2025); Puspita & Purnomo (2025); Santoso *et al.* (2025); Tania *et al.* (2025) menyebutkan bahwa rendahnya literasi digital menjadi hambatan utama UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berbasis pendampingan untuk mendorong transformasi digital UMKM secara bertahap dan berkelanjutan.

Tabel 1.

*Tabulasi Permasalahan UMKM di Desa Dogang*

UMKM	Permasalahan Prioritas	Indikator Permasalahan	Dampak	Manfaat
UMKM Gula Merah Ibu Farida	Belum memiliki <i>digital presence</i>	Usaha belum terdaftar di <i>Google Maps</i> ; tidak memiliki informasi lokasi dan jam operasional secara online	Konsumen sulit menemukan lokasi usaha; pemasaran terbatas pada pelanggan lokal	UMKM terdaftar di <i>Google Maps</i> sehingga mudah ditemukan; meningkatkan visibilitas dan potensi penjualan
Bengkel Andra	Belum terintegrasi dengan platform digital berbasis lokasi	Bengkel tidak muncul pada pencarian <i>Google Maps</i> ; minim informasi layanan yang tersedia	Pelanggan luar wilayah tidak mengetahui keberadaan bengkel; peluang pelanggan baru rendah	Bengkel muncul dalam pencarian <i>Google Maps</i> ; memudahkan pelanggan menemukan dan mengakses layanan
Tukang Jahit Abi Yumna	Memiliki keterbatasan literasi digital	Tidak memahami penggunaan <i>Google Business Profile</i> ; belum memanfaatkan fitur deskripsi dan foto usaha	Jasa jahit kurang dikenal masyarakat luas; bergantung pada pelanggan lama	Peningkatan literasi digital; usaha terdaftar dan dikenal lebih luas melalui <i>Google Maps</i>
Anggi Grosir	Belum memiliki identitas usaha digital yang jelas	Tidak ada titik lokasi usaha di <i>Google Maps</i> ; informasi usaha tidak terdokumentasi secara digital	Konsumen kesulitan menemukan toko; daya saing dengan toko lain rendah	Identitas usaha digital terbentuk; meningkatkan kepercayaan konsumen dan akses pasar

## **Sasaran Kegiatan**

Sasaran utama kegiatan pengabdian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Desa Dogang, Kabupaten Langkat, khususnya UMKM yang belum memiliki kehadiran digital secara memadai. Sebagian besar UMKM sasaran masih menjalankan aktivitas usaha secara konvensional dan belum terdaftar pada platform digital berbasis lokasi seperti *Google Maps*. Padahal, keterdaftaran usaha pada platform digital menjadi prasyarat penting dalam meningkatkan visibilitas, kredibilitas, dan kemudahan akses konsumen terhadap UMKM (Manurung, 2024).

Selain pelaku UMKM, sasaran kegiatan ini juga mencakup masyarakat desa secara tidak langsung, terutama konsumen lokal dan luar desa yang berpotensi mengakses produk UMKM. Dengan adanya digitalisasi lokasi usaha melalui *Google Maps*, masyarakat dapat dengan mudah menemukan lokasi UMKM, memperoleh informasi usaha, serta meningkatkan interaksi ekonomi lokal. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Arjang *et al.* (2025); Nasila & Napu (2024); Setyawan *et al.* (2025) menunjukkan bahwa peningkatan akses informasi usaha berkontribusi pada penguatan ekosistem ekonomi lokal dan mendorong inklusi ekonomi masyarakat perdesaan.

## **Masalah yang ingin dipecahkan**

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di Desa Dogang adalah rendahnya tingkat visibilitas usaha akibat belum terintegrasinya UMKM ke dalam platform digital berbasis lokasi. Banyak UMKM sulit ditemukan oleh konsumen, khususnya konsumen dari luar wilayah desa, karena tidak tercantum pada *Google Maps* atau media digital lainnya. Kondisi ini membatasi jangkauan pasar dan menghambat potensi peningkatan penjualan UMKM (Manurung, 2024).

Masalah lain yang ditemukan adalah rendahnya literasi digital pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung aktivitas usaha. Sebagian pelaku UMKM belum memahami cara penggunaan *Google Maps* dan *Google Business Profile*, serta belum menyadari manfaat strategis dari digital presence dalam persaingan usaha. Studi terdahulu mengungkapkan bahwa keterbatasan literasi digital menjadi faktor utama lambatnya adopsi teknologi digital pada UMKM, terutama di wilayah perdesaan (Arjang *et al.*, 2025; Nasila & Napu, 2024; Puspita & Purnomo, 2025; Santoso *et al.*, 2025; Setyawan *et al.*, 2025).

Selain itu, UMKM juga menghadapi keterbatasan pendampingan dan akses terhadap program digitalisasi yang bersifat praktis dan aplikatif. Program digitalisasi sering kali bersifat umum dan belum menyentuh kebutuhan spesifik UMKM di tingkat desa. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pendampingan langsung dan kontekstual melalui program KKN untuk membantu UMKM mengatasi permasalahan digitalisasi usaha secara bertahap. Pendekatan berbasis pengabdian ini dinilai efektif dalam menjembatani kesenjangan digital dan mendorong transformasi UMKM secara berkelanjutan (Febriantoro, 2018).

## MATERI DAN METODE

### Materi

Materi yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada penguatan *digital presence* UMKM melalui pemanfaatan platform digital berbasis lokasi, khususnya *Google Maps*. Materi utama yang disampaikan kepada pelaku UMKM meliputi pengenalan konsep digitalisasi UMKM, pentingnya visibilitas usaha di era ekonomi digital, serta peran *Google Maps* dalam meningkatkan aksesibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap usaha lokal. Materi ini disusun secara sederhana dan kontekstual agar mudah dipahami oleh pelaku UMKM dengan latar belakang literasi digital yang beragam. Selain itu, materi juga mencakup pengenalan *Google Business Profile* sebagai alat utama dalam pendaftaran dan pengelolaan UMKM di *Google Maps*.

Pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai fungsi *Google Business Profile* seperti pengisian identitas usaha, penentuan titik lokasi, pengunggahan foto usaha, penulisan deskripsi produk atau jasa, serta pengaturan jam operasional. Materi ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan praktis agar mampu mengelola identitas usaha secara digital secara mandiri dan berkelanjutan. Materi pendukung lainnya meliputi praktik dasar pengambilan foto usaha yang informatif, penulisan deskripsi usaha yang menarik, serta pemanfaatan fitur ulasan (*review*) sebagai sarana membangun kepercayaan konsumen. Penyampaian materi dilakukan secara langsung melalui penjelasan singkat dan praktik bersama, sehingga pelaku UMKM tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung pada usaha masing-masing.

### Metode

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, dengan menekankan keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam setiap tahapan kegiatan (Agustina et al., 2025; Munawir & Erwina, 2025; Noor, 2025). Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa proses digitalisasi tidak hanya bersifat sementara, tetapi dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh mitra UMKM. Kegiatan difokuskan pada integrasi *Google Maps* sebagai strategi peningkatan visibilitas dan akses pasar UMKM di Desa Dogang, Kabupaten Langkat.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Tahap pertama adalah sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya *digital presence* dalam pengembangan usaha. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan pemaparan mengenai kondisi persaingan usaha di era digital, manfaat pendaftaran usaha di *Google Maps* serta peluang peningkatan akses pasar melalui platform digital. Sosialisasi dilakukan dengan metode diskusi interaktif agar pelaku UMKM dapat menyampaikan permasalahan dan kebutuhan yang mereka hadapi secara langsung.

Tahap kedua adalah penerapan dan pendampingan pembuatan *Google Maps* yang merupakan inti dari kegiatan pengabdian. Pelaku UMKM didampingi secara langsung dalam proses pendaftaran usaha melalui *Google Business Profile* mulai dari pengisian data usaha, penentuan lokasi, hingga pengunggahan foto dan deskripsi usaha. Pendampingan dilakukan secara individual agar setiap UMKM dapat memahami langkah-langkah pembuatan dan pengelolaan akun secara menyeluruh. Metode ini diharapkan mampu meningkatkan literasi digital serta kemandirian UMKM dalam mengelola kehadiran digital usahanya.

Tahap ketiga atau terakhir ialah evaluasi yang dilakukan untuk menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan memantau keterdaftaran UMKM di *Google Maps*, kelengkapan informasi usaha, serta pemahaman pelaku UMKM dalam mengelola akun yang telah dibuat. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui wawancara singkat dan observasi langsung untuk memperoleh umpan balik dari mitra terkait manfaat, kendala, dan potensi pengembangan lanjutan dari kegiatan digitalisasi UMKM.

### **Waktu dan Lokasi Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan, yaitu pada bulan Agustus 2025. Rangkaian kegiatan meliputi tahap persiapan, penyusunan materi, sosialisasi, pendampingan pembuatan *Google Maps*, hingga evaluasi hasil kegiatan. Penjadwalan kegiatan disesuaikan dengan waktu operasional UMKM agar tidak mengganggu aktivitas usaha sehari-hari. Lokasi pelaksanaan kegiatan bertempat di Desa Dogang, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara dengan sasaran pelaku UMKM lokal yang bergerak di berbagai sektor usaha seperti produksi gula merah, bengkel, jasa jahit, dan usaha grosir.

## **HASIL DAN EVALUASI**

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap sosialisasi pentingnya digitalisasi UMKM yang dilaksanakan secara terpusat di Aula Kantor Desa Dogang, Kabupaten Langkat. Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh seluruh pelaku UMKM yang ada di Desa Dogang, termasuk pelaku usaha gula merah, bengkel, jasa jahit, dan usaha grosir. Sosialisasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM mengenai peran teknologi digital dalam mendukung pengembangan usaha, khususnya dalam meningkatkan visibilitas dan akses pasar di era ekonomi digital.

Pada kegiatan sosialisasi, tim pengabdian menyampaikan materi mengenai konsep *digital presence* UMKM serta manfaat pemanfaatan platform digital berbasis lokasi, seperti *Google Maps*. Pelaku UMKM diberikan pemahaman bahwa keterdaftaran usaha pada *Google Maps* tidak hanya memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan profesionalitas usaha di mata masyarakat. Penyampaian materi dilakukan secara komunikatif dan disertai dengan contoh-contoh sederhana yang relevan dengan kondisi usaha UMKM di Desa Dogang agar mudah dipahami oleh peserta.

Selain penyampaian materi, kegiatan sosialisasi juga diisi dengan sesi diskusi dan tanya jawab antara tim pengabdian dan pelaku UMKM. Pada sesi ini, pelaku UMKM

menyampaikan berbagai kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha, khususnya terkait keterbatasan pemanfaatan teknologi digital. Diskusi ini menjadi sarana untuk menggali kebutuhan dan kesiapan UMKM dalam mengikuti tahapan pendampingan selanjutnya, sekaligus menjadi dasar dalam pelaksanaan tahap penerapan dan pembuatan *Google Maps* secara lebih terarah dan sesuai dengan kondisi lapangan.



**Gambar 2.**  
*Tahapan Sosialisasi Digitalisasi UMKM di Aula Kepala Desa Dogang*  
Sumber: Dokumentasi Pelaksanaan PKM

Setelah kegiatan sosialisasi, pelaksanaan kegiatan dilanjutkan ke tahap penerapan digitalisasi UMKM melalui pembuatan dan optimalisasi *Google Maps*. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM dalam proses pendaftaran usaha ke *Google Maps* melalui *Google Business Profile*. Pendampingan dilakukan secara bertahap dan disesuaikan dengan tingkat pemahaman masing-masing pelaku UMKM agar proses digitalisasi dapat berjalan dengan efektif dan tepat sasaran.

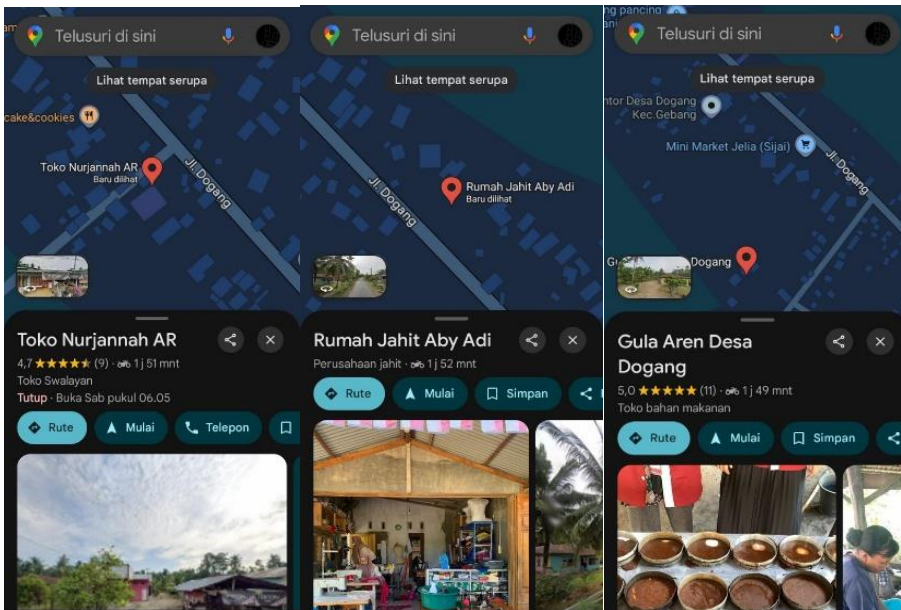


**Gambar 3.**  
*Tahapan Penerapan Digitalisasi Google Maps UMKM di desa Dogang (UMKM Gula Aren)*  
Sumber: Dokumentasi Pelaksanaan PKM

Kegiatan penerapan meliputi pengisian identitas usaha, penentuan dan penandaan titik lokasi usaha pada peta digital, pengunggahan foto usaha, serta penulisan deskripsi singkat mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Tim pengabdian juga memberikan arahan terkait pengaturan jam operasional dan informasi kontak agar data usaha yang ditampilkan di *Google Maps* bersifat informatif dan mudah diakses oleh konsumen. Pendekatan praktik

langsung ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola *digital presence* usaha secara mandiri.

Selama tahap penerapan, tim pengabdian turut mendampingi pelaku UMKM dalam mengatasi kendala teknis yang muncul, seperti keterbatasan perangkat, kesulitan dalam menentukan titik lokasi, maupun minimnya pengalaman dalam penggunaan aplikasi digital. Melalui pendampingan intensif, pelaku UMKM diharapkan tidak hanya mampu mendaftarkan usahanya ke *Google Maps*, tetapi juga memahami cara memperbarui dan mengelola informasi usaha secara berkelanjutan sebagai bagian dari strategi peningkatan visibilitas dan akses pasar UMKM di Desa Dogang.



**Gambar 4.**  
*Hasil Penerapan Digitalisasi Google Maps UMKM di Desa Dogang*  
Sumber: Google Maps

## Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk menilai efektivitas program digitalisasi UMKM melalui integrasi *Google Maps* di Desa Dogang, Kabupaten Langkat. Evaluasi dilakukan setelah tahap penerapan dengan mengamati keterdaftaran UMKM di *Google Maps*, kelengkapan informasi usaha, serta tingkat pemahaman pelaku UMKM dalam mengelola akun digital yang telah dibuat. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh UMKM sasaran berhasil terdaftar di *Google Maps* dan mampu menampilkan informasi dasar usaha seperti lokasi, jam operasional, serta deskripsi produk atau jasa yang ditawarkan.

Salah satu UMKM yang merasakan manfaat signifikan dari kegiatan ini adalah UMKM gula aren milik Ibu Farida. Setelah usaha terdaftar di *Google Maps*, UMKM gula aren tersebut menjadi lebih mudah ditemukan oleh konsumen, termasuk pembeli dari luar wilayah Desa Dogang. Berdasarkan hasil wawancara singkat, pelaku UMKM menyampaikan bahwa keterdaftaran usaha di *Google Maps* membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempermudah proses pemesanan, terutama dari pelanggan baru yang sebelumnya kesulitan menemukan lokasi usaha secara langsung.

Secara umum, pelaku UMKM memberikan respons positif terhadap pelaksanaan kegiatan ini dan menilai bahwa pendampingan yang dilakukan sangat membantu dalam memahami pemanfaatan teknologi digital. Meskipun masih ditemukan kendala seperti keterbatasan perangkat dan kemampuan digital yang beragam, pelaku UMKM menunjukkan antusiasme

untuk terus mengelola dan memperbarui informasi usaha di *Google Maps*. Hasil evaluasi ini menunjukkan bahwa program digitalisasi UMKM berbasis *Google Maps* memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai strategi berkelanjutan dalam meningkatkan visibilitas dan akses pasar UMKM di Desa Dogang.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui optimalisasi *digital presence* UMKM dengan integrasi *Google Maps* di Desa Dogang, Kabupaten Langkat telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM. Melalui tahapan sosialisasi, penerapan, dan evaluasi, pelaku UMKM memperoleh pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi usaha serta mampu mendaftarkan dan mengelola identitas usaha secara digital. Keterdaftar UMKM di *Google Maps* terbukti meningkatkan visibilitas usaha dan mempermudah konsumen dalam mengakses informasi lokasi serta layanan UMKM.

Selain meningkatkan visibilitas usaha, kegiatan ini juga berkontribusi pada peningkatan literasi digital pelaku UMKM di Desa Dogang. Pelaku UMKM menunjukkan antusiasme dan kesiapan untuk memanfaatkan platform digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha. Dengan adanya pendampingan yang bersifat aplikatif, UMKM tidak hanya bergantung pada pemasaran konvensional, tetapi mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital untuk memperluas akses pasar dan memperkuat daya saing usaha lokal.

### Saran Kegiatan Lanjutan

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat dilanjutkan melalui program pendampingan lanjutan yang berfokus pada optimalisasi fitur *Google Maps* seperti pengelolaan ulasan pelanggan, pembaruan konten usaha, serta integrasi dengan media sosial dan platform digital lainnya. Selain itu, perlu adanya kolaborasi berkelanjutan antara pemerintah desa, perguruan tinggi, dan pelaku UMKM agar program digitalisasi UMKM dapat berjalan secara berkesinambungan dan menjangkau lebih banyak pelaku usaha di Desa Dogang.

### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh anggota kelompok pengabdian masyarakat yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara atas dukungan dan fasilitasi kegiatan pengabdian. Selain itu, penulis mengapresiasi Kepala Desa Dogang beserta perangkat desa yang telah memberikan dukungan dan izin sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

## REFERENSI

Agustina, R., Al Hakim, Y. R., Irfan, M., Sigita, D. S., Setyaasih, S., Sunaryo, A., & Lukito, H. (2025). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Ibu PKK Desa Watesprojo, Kemlagi,

Mojokerto. *Pelayanan Unggulan: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terapan*, 2(2), 32–45.  
<https://doi.org/10.62951/unggulan.v2i2.1387>

- Arifin, A., Winarno, U., & Badrudin, A. (2025). Inovasi teknologi guna meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM dalam rangka ketahanan ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 145–158. <https://doi.org/10.55598/jmk.v17i2.67>
- Arjang, A., Wadu, R. M. B., & Kraugusteeliana, K. (2025). Mengakselerasi Daya Saing UMKM melalui Inovasi Teknologi: Peran Strategis Literasi Digital Masyarakat dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis Platform. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 1608–1618. <https://doi.org/0.33395/jmp.v14i2.15190>
- Febriantoro, W. (2018). Kajian dan strategi pendukung perkembangan e-commerce bagi UMKM Di Indonesia. *Jurnal Manajerial*, 17(2), 184. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.10441>
- Firmansyah, F. (2025). Pemanfaatan Google Business Profile Untuk Meningkatkan Akses UMKM Snack Dan Cemilan Nda Gemoy. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 4(2), 188–195. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v4i2.161>
- Manurung, M. (2024). Peran Marketplace dalam Meningkatkan Akses Pemasaran UMKM di Indonesia. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 2(02), 74–81. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v2i02.249>
- Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. *E-BISNIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 289–299. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>
- Munawir, M., & Erwina, E. (2025). Workshop Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM di Kecamatan Nuha Kabupaten Luwu Timur. *Tongkonan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 157–167. <https://doi.org/10.47178/g15gkw20>
- Nasila, R., & Napu, I. A. (2024). Strategi baru dalam mendukung kewirausahaan sosial untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat marginal di kabupaten bone bolango, provinsi gorontalo. *Journal of Education Research*, 5(4), 4853–4867. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i4.1671>
- Noor, A. S. (2025). Pendampingan UMKM Konveksi dalam Meningkatkan Akses Pasar dan Kinerja Usaha. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, 3(03), 99–111. <https://doi.org/10.58812/ejpcs.v3i03.344>
- Puspita, A. D., & Purnomo, H. (2025). Peran Teknologi Digital Dalam Membangun Model Bisnis Berkelanjutan Pada Umkm Di Era Industri 4.0. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 4, 645–652. <https://doi.org/10.29407/hg4a7q95>
- Rahmah, P., & Nopiyanti, Y. (2025). Digital Marketing Assistance Through Google Maps Application in an Effort to Improve UMKM Development in Jayamulya Village, Kroya District, Indramayu Regency. *Kawakib: Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 8–15. <https://kawakib.kjii.org/index.php/i/article/view/9>
- Rahmanida, S. E., Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., & Rahmawati, R. (2025). Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan

- Konsumen. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 147–153.  
<https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177>
- Santoso, G., Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 21–30. <https://doi.org/10.9030/jubisdigi.v1i1.936>
- Setyawan, A. A., Desembrianita, E., Santoso, M. H., & Kalalo, R. R. (2025). Pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kemandirian ekonomi lokal: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1494–1503. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1769>
- Sibawahi, M., Suradi, A. R., Ramli, F., & Trisnowali, A. (2025). Digitalisasi Umkm: Pendampingan Pembuatan Gogle Maps Dan Pemasangan Banner Dalam Meningkatkan Pemasaran Lokal di Desa Gantiwarno. *JDISTIRA-Jurnal Pengabdian Inovasi Dan Teknologi Kepada Masyarakat*, 5(1), 191–197. <https://www.rumahjurnal.or.id/index.php/JUDISTIRA/article/view/1343>
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>
- Tania, L., Maryska, C., & Hadiprayogo, B. (2025). Peningkatan Literasi Digital bagi Pelaku UMKM Desa Melalui Pelatihan Marketing Online Berbasis Marketplace. *Jurnal Adaptasi*. <https://journal.stikesharapanbangsajember.ac.id/ojs/index.php/japm/article/view/57>

Accepted author version posted online: 2/3/2026  
Maya Mustika (Reviewing editor)

## **FUNDING**

Tidak ada informasi mengenai sumber pendanaan kegiatan ini

## **COMPETING INTERESTS**

Tidak ada konflik kepentingan untuk diungkapkan.

