



Pemanfaatan Aplikasi Google Maps sebagai Bentuk Digitalisasi Pemasaran pada UMKM Warkop di Desa Pepelegi Sidoarjo

Ernawati^{1*}, M Najib Zakariya², Moh Riski³

¹⁻³Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia

Korespondensi penulis : ernawatismea27@gmail.com*

Article History:

Received: April 16, 2025;

Revised: Mei 03, 2025;

Accepted: Mei 17, 2025;

Published: Mei 19, 2025;

Keywords: Digital Marketing, Google Maps, MSME.

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic contribution to economic equality and job creation, especially in rural areas. However, limitations in mastering digital technology, especially in marketing, are still a major challenge for MSMEs in Pepelegi Village, Sidoarjo. This community service activity aims to increase the digitalization capacity of MSMEs through training and mentoring in utilizing Google Maps as a promotional media. The method used in this study is Participatory Action Research (PAR), which includes observation, interviews, training, and evaluation. The location of the activity focused on the MSME Warkop Pojok SR in Pepelegi Village, involving the active participation of local business actors. The results of the activity showed an increase in participants' knowledge and skills in creating and managing business profiles on Google Maps. This has a positive impact on business visibility and the potential for increasing income. Digitalization through Google Maps not only makes it easier for consumers to find business locations, but also provides information regarding operating hours, customer reviews, and business contacts. Thus, this activity is expected to be a model for empowering MSMEs based on digital technology that can be replicated in other areas. The sustainability of the program can be strengthened through cross-sector collaboration to support the acceleration of MSME digital transformation.

Abstrak :

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi strategis dalam pemerataan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, terutama di wilayah pedesaan. Namun demikian, keterbatasan dalam penguasaan teknologi digital, khususnya dalam pemasaran, masih menjadi tantangan utama bagi pelaku UMKM di Desa Pepelegi, Sidoarjo. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digitalisasi UMKM melalui pelatihan dan pendampingan pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Participatory Action Research* (PAR), yang mencakup observasi, wawancara, pelatihan, dan evaluasi. Lokasi kegiatan terfokus pada UMKM Warkop Pojok SR yang ada di Desa Pepelegi, dengan melibatkan partisipasi aktif pelaku usaha lokal. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam membuat dan mengelola profil usaha di Google Maps. Hal ini berdampak positif terhadap visibilitas usaha dan potensi peningkatan pendapatan. Digitalisasi melalui Google Maps tidak hanya memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, tetapi juga memberikan informasi terkait jam operasional, ulasan pelanggan, dan kontak usaha. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis teknologi digital yang dapat direplikasi di wilayah lain. Keberlanjutan program dapat diperkuat melalui kolaborasi lintas sektor untuk mendukung akselerasi transformasi digital UMKM.

Kata kunci: UMKM, Google Maps, Pemasaran Digital.

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi lebih setara secara ekonomi melalui peran yang dimainkan oleh UMKM sebagai penyedia sumber daya. UMKM tersebar di berbagai tempat, yang juga melayani berbagai daerah dan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi daerah pedesaan. Selain itu, UMKM membantu menciptakan lapangan kerja. Seiring dengan terus meningkatnya angka penduduk di Indonesia, UMKM menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan kualitas individu. Selain dapat menyerap tenaga kerja, UMKM bisa menjadi pendorong bagi masyarakat lain untuk ikut bersaing sehingga menciptakan usaha dan peluang baru bagi masyarakat lain (Fujiono *et al.*, 2023).

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di masyarakat sering kali terhambat oleh berbagai keterbatasan, terutama dalam hal pengetahuan dan promosi. Banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan metode promosi tradisional, seperti dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan calon pembeli mereka terbatas pada daerah setempat. Di Desa Pepelegi Sidoarjo, kemajuan teknologi yang pesat menjadi tantangan tersendiri bagi mitra UMKM, yang umumnya hanya menjual produk di toko atau tempat usaha mereka. Keterbatasan pemahaman terhadap teknologi menyebabkan mereka kesulitan untuk memperluas cakupan, sehingga mayoritas pelanggan berasal dari lingkungan sekitarnya (Aushafina & Wikartika, 2023).

Namun, jika pelaku UMKM kompeten dalam teknologi, mereka bisa mengoptimalkan pemasaran digital untuk menjangkau konsumen yang lebih ekstensif tanpa perlu menghabiskan waktu dan tenaga yang besar. Keberadaan usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo, khususnya di Desa Pepelegi, menarik perhatian berbagai kelompok dinas, mengingat mayoritas masyarakat di desa ini merupakan pelaku UMKM yang bergerak di berbagai bidang, terutama usaha warung makan dan warung kopi. Lokasi strategis Desa Pepelegi Sidoarjo yang dekat dengan pusat kota dan Terminal Purabaya turut mendukung perkembangan usaha-usaha tersebut sebagai sumber pendapatan dan pendorong perekonomian masyarakat setempat (Said & Azhar, 2021).

Penggunaan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. UMKM, sebagai salah satu komponen penting dalam perekonomian, juga merasakan dampak positif dari perkembangan teknologi ini (Fujiono *et al.*, 2023). Google Maps merupakan salah satu contoh perangkat digital yang terbukti berhasil meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran barang UMKM. Oleh karena itu, fungsi media digital yang signifikan dalam operasi ekonomi modern perlu diakui (Halizah *et al.*, 2023). Pemangku kepentingan di sektor UMKM perlu memahami

bahwa media digital menawarkan akses ke pasar yang lebih luas dan lebih adaptif yang tidak dibatasi oleh geografi. UMKM dapat secara dramatis meningkatkan pangsa pasar mereka dengan memanfaatkan platform digital untuk memperluas cakupan barang dan jasa mereka, menargetkan pelanggan potensial di berbagai wilayah geografis, dan memanfaatkan platform digital (Nuraini *et al.*, 2024).

Meskipun perusahaan besar mungkin lebih mudah memanfaatkan teknologi dalam dunia usaha, pelaku UMKM di Desa Pepelegi Sidoarjo masih perlu belajar banyak tentang cara memanfaatkan peluang yang ada. Penerapan teknologi digital dalam perdagangan telah membawa perubahan signifikan, dan penting bagi pelaku UMKM untuk tetap mengikuti perkembangan ini agar dapat mempertahankan daya saing. Sayangnya, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman konsep dan keunggulan media digital di kalangan pelaku UMKM, yang sering kali menjadi tantangan dalam menyesuaikan diri dengan teknologi yang terus berkembang (Sifwah *et al.*, 2024).

Dalam konteks ini, program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan Google Maps diharapkan dapat meningkatkan pendapatan mitra UMKM. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh Google Maps, seperti penanda lokasi, umpan balik dari pelanggan, dan detail kontak, pelaku UMKM dapat merancang profil bisnis yang informatif dan menarik bagi calon pelanggan (Iskandar *et al.*, 2024). Inisiatif ini bertujuan untuk memberikan sudut pandang baru terhadap kegiatan yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan hidup dan keberlanjutan UMKM, serta mendorong partisipasi masyarakat Desa Pepelegi Sidoarjo dalam menggunakan teknologi digital sebagai alat pemasaran produk mereka.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Unsuri ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga untuk memperluas akses pasar dengan pemanfaatan Google Maps dan meningkatkan daya saing usaha mereka di era digital yang semakin kompetitif.

2. METODE

Perencanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan survey lokasi warkop yang akan dijadikan objek, lalu kegiatan berlanjut observasi dan juga wawancara dengan pemilik warkop serta tim pengabdian memberikan pelatihan kepada pemilik warkop untuk melakukan pemanfaatan aplikasi Google Maps guna meningkatkan pemasaran digital UMKM Warkop Pojok SR yang berlokasi di Jl. Jatisari

Besar No 45 Desa Pepelegi Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

Kegiatan ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR), dengan pelaksanaan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pihak terkait, dan digitalisasi data menggunakan Google Maps. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka sekaligus menyelesaikan masalah yang ada. Pendekatan PAR dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat Desa Pepelegi Sidoarjo (Alifani *et al.*, 2024).

Selain memberikan informasi, intervensi ini mendorong partisipasi aktif dari masyarakat Desa Pepelegi. Transformasi sosial lebih inklusif dan mampu memenuhi kebutuhan lokal melalui keterlibatan masyarakat secara langsung. Metode ini menjamin bahwa setiap proyek pembangunan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan lingkungan. Selain itu, keterlibatan masyarakat menumbuhkan rasa kepemilikan yang lebih besar terhadap pencapaian (Satria *et al.*, 2024). Partisipan yang terlibat dalam kegiatan ini adalah kelompok pengabdian UNSURI serta warga Desa Pepelegi, khususnya pemilik UMKM, wirausaha, dan pedagang lainnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik UMKM dan masyarakat untuk memperoleh persepsi serta pengalaman mereka, dan dokumentasi selama kegiatan berlangsung. Metodologi analisis data kualitatif digunakan untuk mengkaji data yang terkumpul guna menentukan tema-tema utama yang berkaitan dengan teknologi komunikasi saat memanfaatkan aplikasi Google Maps sebagai sarana digitalisasi di Warkop UMKM Desa Pepelegi.

Berdasarkan hasil observasi, program ini berlangsung selama 2 (dua) hari, dimulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan pada tanggal 29-30 April 2025. Bertempat di Warkop Pojok SR di Jl. Jatisari Besar No 45 Desa Pepelegi Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo. Kegiatan ini merupakan kolaborasi antara kelompok pengabdian dari UNSURI dan para pelaku UMKM serta pemilik warkop. Pengabdian ini difokuskan pada pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai bentuk digitalisasi untuk UMKM warkop yang ada di Desa Pepelegi. Lokasi ini dipilih karena letaknya yang strategis dan mudah dijangkau, tepat berada di pinggir jalan raya.

3. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan observasi dan wawancara dengan pemilik warkop serta melakukan pemanfaatan aplikasi Google Maps untuk meningkatkan pemasaran digital UMKM warkop. Kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka selama 2 (dua) hari. Kegiatan ini terdapat kolaborasi antara Mahasiswa UNSURI dengan para pelaku UMKM serta pemilik Warkop. Kegiatan ini berlangsung secara tatap muka selama 2 hari pada tanggal 29-30 April 2025 yang bertempat di Jl. Jatisari Besar No. 45 Desa Pepelegi.

Adapun Partisipan yang terlibat dalam kegiatan ini yakni kelompok pengabdian masyarakat UNSURI dan warga Desa Medaeng khususnya pemilik UMKM, wirausaha, atau pedagang lainnya. Maksud dan tujuan dari diadakannya kegiatan ini adalah untuk mengedukasi dan membantu warga Desa Pepelegi agar dapat memanfaatkan platform digital, seperti Google Maps dengan baik dan benar. Selain itu, dapat menambah wawasan bagi warga Desa Pepelegi yang ingin memiliki pendapatan lebih untuk memperbaiki ekonomi melalui perdagangan di zaman sekarang yang serba digital.



Gambar 1. Kunjungan dan wawancara di UMKM

Kegiatan pertama Mahasiswa UNSURI meminta izin kepada pemilik UMKM Warkop Pojok SR untuk melakukan kunjungan dengan tujuan membantu permasalahan yang ada pada UMKM ini. Terdapat permasalahan pada UMKM tersebut yang berkaitan tentang pengelolaan media promosi yang kurang efektif maka, diperlukan suatu solusi dari permasalahan yang ada. (Lestari *et al.*, 2022). Mahasiswa UNSURI memberikan solusi berupa pembuatan Google Maps untuk meningkatkan pemasaran digital pada UMKM Warkop Pojok SR yang ada di Desa Pepelegi Sidoarjo.

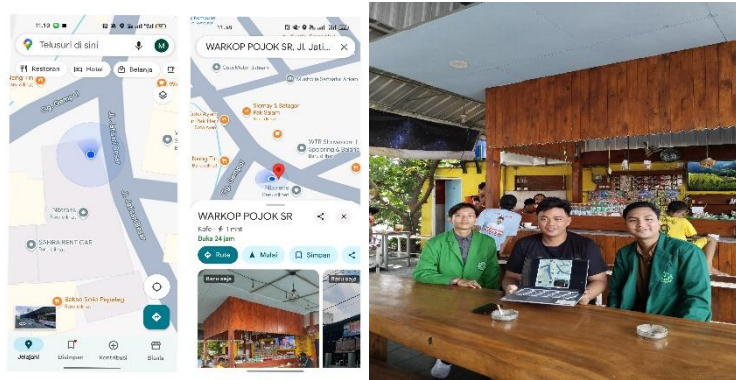
Mahasiswa menjelaskan mengenai pasar produk dengan berbagai pendekatan dalam pemasaran dan periklanan, baik yang bersifat digital. Contoh strategi digital ialah pemasaran yang memanfaatkan platform sosial media saat ini, diantaranya Facebook, Instagram dan WhatsApp (Novia *et al.*, 2023). Seiring dengan kemajuan periklanan digital, lahir pula konsep-konsep kreatif baru, termasuk periklanan melalui Google Maps (Puspitaningtyas *et al.*, 2024). Pembicara menekankan pentingnya bagi UMKM untuk terus mengikuti perkembangan teknologi yang ada, agar mereka dapat memahami cara efektif memasarkan bisnis atau perusahaan mereka melalui Google Maps.



Gambar 2. Praktik Pembuatan Google Maps

Proses selanjutnya ialah Pelatihan Pemasaran Google Maps. Google Maps sangat berfaedah bagi pelanggan guna menemukan titik lokasi untuk mendorong penjualan serta dikenali oleh banyak orang. Sebab itu, mahasiswa UNSURI menyelenggarakan pelatihan dengan mendatangi gerai usaha mitra UMKM di desa Pepelegi. Mahasiswa UNSURI Melakukan pelatihan dengan mengunjungi warung kopi yang dimiliki oleh pengusaha untuk mengumpulkan data dan informasi yang akurat. Informasi yang dikumpulkan mencakup nama usaha, alamat, nomer telepon, dan foto usaha menggunakan smartphone pemilik. Selain itu, mahasiswa juga akan menjelaskan langkah-langkah yang perlu diikuti, dimulai dari cara membuatkan account Gmail bagi yang tidak memilikinya, menambahkan lokasi, sampai melengkapi data yang diperlukan.

Mahasiswa menuntun tahapan sejak pembuatan account Gmail, penambahan lokasi hingga pengisian data yang diperlukan guna menyempurnakan Google Maps. Media yang digunakan pada kegiatan ini yaitu smartphone pemilik UMKM yang sudah terkoneksi internet dan Email yang sudah dibuat. Pemakaian Hp yang terkoneksi internet menunjukkan bahwa teknologi bisa memudahkan proses pengajaran serta pengumpulan data di lapangan.



Gambar 3. Hasil Praktik Google Maps

Hasil penilaian pelatihan menunjukkan antusiasme peserta UMKM yang sudah menggunakan Google Maps sebagai sarana digitalisasi pemasaran produk (Fujiono *et al.*, 2024). Selain itu, produk mereka kini dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas. Diharapkan dengan adanya Google Maps, pemahaman tentang teknologi digital dan pendapatan peserta UMKM di Desa Pepelegi akan semakin meningkat

Aspek vital yang perlu dicermati ialah peninjauan dan pembinaan peserta UMKM. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui kemajuan usaha yang beralih dari cara tradisional ke cara digital, mengingat masih banyak peserta UMKM yang belum memahami fungsi Google Maps. Diharapkan usaha peserta UMKM semakin maju setelah mendapatkan pelatihan tentang cara efektif menggunakan aplikasi Google Maps.

Keuntungan UMKM yang tercatat di Google Maps antara lain pelanggan dapat dengan gampang mengetahui lokasi toko komunitas, sebagai pendekatan pemasaran yang memudahkan pengambilan dan pengantaran produk bagi pelanggan, calon pembeli dapat bertanya guna mengkonfirmasi persediaan produk yang dipasarkan komunitas, dan tersedia informasi detail mengenai waktu operasional komunitas. (Husain *et al.*, 2023; Ikerismawati *et al.*, 2023).

4. DISKUSI

Pentingnya inisiatif komunitas yang berfokus pada kompetensi, keterampilan, dan dukungan terkait pemanfaatan Google Maps sangat penting untuk memperkenalkan produk mereka secara luas dan cepat agar tetap kompetitif di tingkat regional, nasional, dan yang terpenting, tingkat internasional. Lebih jauh, layanan ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM dalam mencapai literasi digital karena konsumen dapat dengan mudah mengetahui lokasi gerai komunitas yang berfungsi sebagai strategi

pemasaran dan memudahkan proses pengambilan dan pengantaran produk oleh konsumen; Pembeli potensial juga dapat menanyakan untuk mengonfirmasi ketersediaan produk yang ditawarkan komunitas; Rincian tentang jam operasional toko komunitas akan tersedia di Google Maps, sehingga pembeli dapat mengunjungi toko komunitas lebih sering. Aplikasi ini semakin populer sebagai cara bagi pengguna untuk menemukan restoran yang menarik. Pelanggan dapat memberikan penilaian dan ulasan di Google Maps, yang membantu pencarian lokasi dan juga meningkatkan reputasi bisnis (Manuelo et al., 2024). Dengan mendatangkan banyak sekali klien dan memacu penjualan, tidak diragukan lagi dapat memberi keuntungan bagi perusahaan.

Keunggulan UMKM yang tercantum di Google Maps antara lain, konsumen bisa dengan mudah menjumpai lokasi toko komunitas, menjadi strategi pemasaran yang memudahkan pembeli dalam pengambilan dan pengantaran produk, calon pelanggan dapat bertanya guna mengkonfirmasi persediaan produk yang dipasarkan komunitas, dan tersedia informasi detail mengenai waktu operasional komunitas di Google Maps dapat menarik minat pelanggan untuk datang ke toko komunitas. (Husain *et al.*, 2023; Ikerismawati *et al.*, 2023). untuk mengedukasi dan membantu warga Desa Pepelegi agar dapat memanfaatkan platform digital, seperti Google Maps dengan baik dan benar. Selain itu, dapat menambah wawasan bagi warga Desa Pepelegi yang ingin memiliki pendapatan lebih untuk memperbaiki ekonomi melalui perdagangan di zaman sekarang yang serba digital.

Masih banyak UMKM di Desa Pepelegi Sidoarjo yang belum memanfaatkan teknologi. Selain itu, UMKM juga belum memiliki Google Maps sehingga konsumen dari luar sulit untuk mencari dan mengunjungi lokasi UMKM. Pada tahap implementasi, Google Maps diperkenalkan kepada para pelaku UMKM di Desa Pepelegi Sidoarjo. Pada acara ini, para pelaku UMKM juga dibantu dalam mendaftarkan usahanya di Google Maps. Selain itu, dilakukan diskusi dan tanya jawab terkait pemanfaatan Google Maps. Pada tahap evaluasi akan dinilai pengaruh kegiatan tersebut. Google Maps menjadi sarana bagi para pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya. Dengan adanya Google Maps dan proses pendaftaran yang diajarkan kepada masyarakat, para pelaku usaha merasa terbantu (Fujiono *et al.*, 2024).

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat pemanfaatan Google Maps ini merupakan sebuah upaya agar UMKM dapat lebih optimal dalam usahanya serta dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara online. Melalui rangkaian kegiatan ini, peserta dampingan mendapatkan keterampilan baru yang dapat bermanfaat. Keuntungan UMKM yang terdaftar di Google Maps antara lain pembeli dapat dengan mudah mengetahui lokasi toko komunitas, sebagai pendekatan pemasaran yang memudahkan pengambilan dan pengantaran produk bagi pelanggan, calon pembeli dapat bertanya guna memastikan ketersediaan produk yang dijual komunitas, dan tersedia informasi detail mengenai jam operasional komunitas. (Husain *et al.*, 2023; Ikerismawati *et al.*, 2023).

Adanya kegiatan pendaftaran lokasi usaha di Google Maps ini berimplikasi pada kemudahan UMKM agar lebih mudah ditemukan, Program ini tidak hanya bertujuan untuk membantu Warkop Pojok SR mengatasi kendala pemasaran, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dengan menerapkan strategi yang didukung oleh teori dan praktik pelatihan, usaha ini diharapkan mampu berkembang secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal (Nasila & Napu, 2024).

Dengan suksesnya kegiatan ini, maka rekomendasi dari kelompok pengabdian agar kegiatan seperti ini dapat dilanjutkan secara berkelanjutan, diadakan pembuatan akun Google Maps serta akun sosial media bagi para pelaku UMKM secara door to door sehingga diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara online (Septy & Ariesy, 2024). Dengan begitu, Kegiatan seperti ini akan memberikan banyak manfaat dan peluang besar dalam meningkatkan pengetahuan dan kapasitas mereka agar berhasil di dunia bisnis.

Demi meningkatkan program pemanfaatan Google Maps ini, beberapa perbaikan dapat dilakukan seperti bekerja sama dengan stakeholder atau pemerintah setempat agar dapat memfasilitasi para pelaku UMKM terutama dalam hal pemasaran digital agar dapat terus up to date dan berkembang, untuk yang belum memiliki Google Maps agar dipasangkan terlebih dahulu, dan yang sudah memiliki Google Maps ada pelatihan lanjutan seperti pelatihan promosi melalui aplikasi digital

DAFTAR PUSTAKA

- Alifani, R. M. O., Ernawati, E., Arifin, S. F. A., Rodiyah, S. K., Safira, M. E., Mardikaningsih, R., & Hamzah, Y. S. (2024). Inovasi pertanian: Meningkatkan ekonomi dengan tanaman hidroponik. *Manfaat: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 1(2), 01–11.
- 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.
- Fujiono, F., Zabadi, F., Hanayanti, C. S., & Rahmawati, R. R. (2024). Pemanfaatan Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran produk UMKM di Desa Bunder. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 11(2), 89–93.
- Halizah, S. N., Darmawan, D., & Nuraini, R. (2023). Dinamika pembelian impulsif dalam live streaming: Peran kesan nilai. *Jurnal Lima Daun Ilmu*, 3(2), 13–24.
- Husain, T. K., Robbo, A., Amri, A. A., & Maskar, R. (2023). Penerapan profil bisnis Google untuk meningkatkan visibilitas online UMKM Kerang Celebes. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 303–310.
- Ikerismawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S. (2023). Pendampingan pemanfaatan Google Maps dan WhatsApp Bisnis sebagai media digital marketing bagi UMKM di Kelurahan Sebani Kota Pasuruan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1294–1302.
- Iskandar, I., Nasution, L. N., Nasution, D. P., & Khoir, R. (2024). Analisis peningkatan pemasaran online pariwisata berkelanjutan menggunakan Google My Business (GMB) (Studi kasus UMKM di Kelurahan Kampung Baru Kota Medan). *Senashtek*, 2(1), 371–375.
- 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 Tiyan. *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 2(3), 887–894.
- 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.
- Novia, C., Aida, S., Zahro, D. A., & Lailiyah, A. (2023). PKM pendampingan literasi digital dan optimalisasi digital marketing sebagai media promosi keripik pisang. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 4(3), 286–304.
- Nuraini, R., Gardi, B., & Darmawan, D. (2024). Application of accounting information systems in micro, small and medium enterprises. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 3(1), 21–30.
- Puspitaningtyas, E., Yulianti, R., Firmansyah, M., Isnaini, L., Anwar, R., & Ardiansyah, R. (2024). Pengembangan UMKM dalam aplikasi Google Maps. *SIKAMA: Sinergi Akademisi dan Masyarakat*, 2(2), 63–68.

- Sahetapy, A., Rahawarin, J., Rumbino, B., Rahaningmas, H., & Noya, Y. (2024). Pelatihan dan pendampingan pembuatan tag lokasi usaha berbasis Google Maps sebagai upaya promosi UMKM di Kota Ambon. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(2), 534–541.
- Said, S., & Azhar, A. (2021). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan ekonomi keluarga di Kelurahan Mande Kecamatan Mpunda Kota Bima. *Jurnal PenKomi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi*, 4(1), 29–41.
- Satria, Y., Sutrisno, H., Ambarwati, A., & Putri, D. A. (2024). Penghijauan lingkungan: Strategi partisipatif untuk mengoptimalkan penanaman tumbuhan. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian dan Kegiatan Masyarakat*, 2(4), 16–23.
- 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.