

Pendampingan Digitalisasi Tata Kelola Informasi dan Pemetaan Potensi Ekonomi UMKM Berbasis Google Maps

Digitalization Support for Information Management and Mapping of Economic Potential for UMKM Using Google Maps

^{1*)}Siswanto, ²⁾Krisensia Ailen Tatontos, ³⁾Valentinus S Angkona

¹⁾Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Luwuk

²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Luwuk

³⁾Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Luwuk
Jln. KH Ahmad Dahlan, Baru, Luwuk, Kabupaten Banggai, Sulawesi Tengah

*Email korespondensi: wanto201191@gmail.com

Histori Artikel:

Diajukan:
24/06/2026

Diterima:
14/08/2026

Diterbitkan:
19/08/2026

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, termasuk di wilayah pedesaan. Namun, UMKM di desa masih menghadapi kendala dalam pengelolaan informasi dan pemanfaatan teknologi digital untuk memperkenalkan usahanya kepada masyarakat. Program kerja Pendampingan Digitalisasi Tata Kelola Informasi dan Pemetaan Potensi Ekonomi UMKM Kios Berbasis Google Maps di Desa Bangpanga bertujuan untuk mendigitalisasi informasi dasar UMKM serta memetakan lokasi usaha agar lebih mudah ditemukan oleh masyarakat. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, koordinasi dengan pemilik usaha, pendataan informasi UMKM, dokumentasi, penentuan titik lokasi, pemetaan menggunakan Google Maps, dan pendampingan pengelolaan informasi usaha. Objek kegiatan terdiri atas empat kios di Desa Bangpanga, yaitu Kios Doraemon, Kios Sylvania, Kios Nicvit, dan Kios Mario. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps dapat menjadi media pendukung dalam memperkenalkan lokasi dan informasi UMKM secara digital. Kegiatan ini juga menambah pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya informasi usaha yang jelas, akurat, dan mudah diakses. Dengan demikian, digitalisasi informasi dan pemetaan UMKM melalui Google Maps dapat menjadi langkah awal dalam memperkenalkan potensi ekonomi lokal serta mendorong pelaku UMKM beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.

Kata kunci: UMKM, Digitalisasi, Google Maps, Pemetaan, Potensi Ekonomi, Desa Bangpanga

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in supporting economic growth, including in rural areas. However, rural MSMEs often face challenges in managing information and utilizing digital technology to promote their businesses to the public. The program, "Digitalization of Information Management and Mapping of MSME Economic Potential via Google Maps" in Bangpanga Village, aims to digitize basic MSME information and map business locations, making them more accessible to the community. The implementation process included field observations, coordination with business owners, data collection, documentation, pinpointing locations, mapping via Google Maps, and providing guidance on managing business information. The initiative focused on four small shops (kiosks) in Bangpanga Village: Kios Doraemon, Kios Sylvania, Kios Nicvit, and Kios Mario. The results demonstrate that Google Maps serves as an effective tool for digitally showcasing the locations and details of these MSMEs. Furthermore, the program enhanced the business owners' understanding of the importance of having clear, accurate, and easily accessible business information. Consequently, the digitalization of information and the mapping of MSMEs through Google Maps serve as an

initial step toward highlighting local economic potential and encouraging MSME owners to adapt to advancements in digital technology.

Keywords: MSMEs, Digitalization, Google Maps, Mapping, Economic Potential, Bangpanga Village

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah memberikan pengaruh terhadap berbagai bidang kehidupan, termasuk kegiatan ekonomi dan pengelolaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi menjadi salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk mengetahui keterjangkauan informasi usaha, memperkenalkan produk maupun lokasi usaha, serta mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai keberadaan suatu usaha. Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya relevan bagi usaha yang berada di wilayah perkotaan, tetapi juga dapat diterapkan pada UMKM yang berada di wilayah pedesaan. (Nova et al., 2025)

UMKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM di tingkat desa dapat menjadi salah satu sumber aktivitas ekonomi masyarakat sekaligus mendukung pemenuhan kebutuhan sehari-hari. (Sari et al., 2025)

Salah satu bentuk UMKM yang banyak dijumpai di lingkungan masyarakat adalah kios atau usaha perdagangan kecil. Meskipun memiliki fungsi ekonomi yang penting, informasi mengenai keberadaan dan lokasi kios di desa pada umumnya masih disampaikan secara langsung dari masyarakat ke masyarakat serta lokasi sulit di temukan keberadaannya dikarenakan terletak di lorong-lorong Desa. Kondisi tersebut menunjukkan adanya peluang untuk memanfaatkan teknologi digital dalam pengelolaan informasi UMKM. (H et al., 2026)

Salah satu media yang dapat digunakan adalah Google Maps. Google Maps memungkinkan lokasi suatu tempat ditampilkan secara digital sehingga pengguna dapat mengetahui keberadaan dan arah menuju lokasi tersebut. Selain itu, melalui Google Business Profile, pemilik usaha dapat mengelola berbagai informasi bisnis seperti nama usaha, alamat, jam operasional, nomor telepon, foto, dan deskripsi usaha. Pemanfaatan Google Maps dalam pemetaan UMKM dapat menjadi salah satu langkah sederhana dalam

mendukung digitalisasi tata kelola informasi ekonomi desa.

Selain memberikan edukasi, program pengabdian ini juga bertujuan untuk melatih pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat branding dan pemasaran. Studi dari Rahayu dan Day (2017) menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan media sosial secara efektif mengalami peningkatan interaksi dengan pelanggan hingga 50%. (Pemasaran et al., 2025)

Dengan adanya informasi lokasi yang lebih mudah ditemukan, masyarakat dapat memperoleh akses informasi mengenai keberadaan UMKM di sekitarnya. Di sisi lain, pelaku UMKM memiliki media tambahan untuk memperkenalkan keberadaan usahanya kepada masyarakat. Desa Bangpanga, Kecamatan Tinangkung Utara, memiliki berbagai aktivitas ekonomi masyarakat, salah satunya melalui keberadaan kios yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan, terdapat beberapa kios yang berpotensi untuk didukung melalui pemanfaatan teknologi digital.

Kios yang menjadi objek kegiatan yaitu Kios Doraemon, Kios Silvania, Kios Nicvit, dan Kios Mario. Berdasarkan kondisi tersebut, dilaksanakan program kerja “Pendampingan Digitalisasi Tata Kelola Informasi dan Pemetaan Potensi Ekonomi UMKM Kios Berbasis Google Maps di Desa Bangpanga.” Program ini dilaksanakan sebagai bentuk pendampingan kepada pelaku UMKM dalam mengenalkan lokasi dan informasi usaha melalui teknologi digital sekaligus mendukung pendataan dan pemetaan potensi ekonomi lokal di Desa Bangpanga.

TUJUAN

Program kerja pendampingan digitalisasi tata kelola informasi dan pemetaan potensi ekonomi UMKM kios berbasis Google Maps di Desa Bangpanga bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi keberadaan dan lokasi UMKM kios yang terdapat di Desa Bangpanga.
2. Mendata informasi dasar UMKM kios sebagai bahan pendukung digitalisasi informasi usaha.
3. Mendampingi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperkenalkan lokasi usaha.
4. Membantu melakukan pemetaan lokasi UMKM kios menggunakan Google Maps.
5. Memudahkan masyarakat dalam menemukan informasi dan lokasi UMKM kios.
6. Mendukung pengenalan potensi ekonomi lokal Desa Bangpanga melalui pemanfaatan teknologi digital.

METODE

1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan program kerja dilaksanakan di Desa Bangpanga, Kecamatan Tinangkung Utara. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui kunjungan langsung ke lokasi UMKM kios yang menjadi sasaran program.

Kegiatan dilaksanakan secara bertahap, dimulai dari observasi lokasi usaha, koordinasi dengan pemilik kios, pendataan informasi usaha, dokumentasi, hingga pelaksanaan pemetaan lokasi menggunakan Google Maps.

Objek kegiatan terdiri atas empat UMKM kios yang telah diidentifikasi melalui observasi awal, yaitu:

1. Kios Doraemon;
2. Kios Silvania;
3. Kios Nicvit; dan
4. Kios Mario.

2 Prosedur Kerja

Prosedur kerja dalam kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Observasi

Tahap pertama dilakukan dengan mengunjungi lokasi UMKM secara langsung. Observasi bertujuan untuk mengetahui keberadaan kios, lokasi usaha, kondisi usaha, serta informasi dasar yang dapat digunakan dalam proses digitalisasi.

2. Koordinasi

Setelah melakukan observasi, dilakukan koordinasi dengan pemilik atau pengelola kios. Koordinasi bertujuan untuk menjelaskan program kerja, tujuan pemetaan, manfaat digitalisasi, serta informasi yang diperlukan dalam proses pemetaan.

3. Pendataan Informasi

Tahap selanjutnya adalah mengumpulkan informasi dasar mengenai UMKM. Data yang dikumpulkan meliputi nama kios, lokasi, alamat, jenis usaha, jam operasional apabila tersedia, nomor kontak apabila tersedia diberikan, serta dokumentasi usaha.

4. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengambil foto kios dan mencatat lokasi usaha. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung dalam proses pengenalan dan pemetaan UMKM.

5. Pemetaan Lokasi

- a. Pemilik kios mendaftarkan usahanya melalui *Google Business Profile* (GBP) dengan memasukkan nama gerai, kategori usaha (misal: Kios Pulsa, Toko Kelontong, Kios Buah), alamat, jam operasional, dan nomor kontak.
- b. Pengguna umum atau program *Local Guides* mengajukan penambahan tempat via fitur "*Add a missing place*" di aplikasi Google Maps
- c. Citra dari Google Street View diolah menggunakan model visi komputer dan OCR (*Optical Character Recognition*) untuk mendeteksi keberadaan papan nama toko/spanduk kios di pinggir jalan secara otomatis

Lokasi UMKM kemudian dipetakan menggunakan Google Maps. Tahap ini bertujuan untuk membantu menampilkan keberadaan usaha dalam bentuk informasi lokasi digital sehingga lebih mudah ditemukan oleh masyarakat.

6. Pendampingan

Pelaku UMKM diberikan penjelasan mengenai pentingnya pengelolaan informasi digital. Pendampingan juga dilakukan agar informasi yang ditampilkan dapat disesuaikan dengan kondisi usaha dan dapat diperbarui apabila terdapat perubahan.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

No.	Tahapan Pelaksanaan	Kegiatan	Metode	Materi
1	Observasi	Mengunjungi dan mengidentifikasi UMKM kios	Observasi langsung	Kondisi usaha, lokasi, dan jenis usaha
2	Koordinasi	Berkomunikasi dengan pemilik kios	Diskusi dan wawancara	Tujuan dan manfaat digitalisasi
3	Pendataan	Mengumpulkan informasi dasar UMKM	Pendataan langsung	Nama, alamat, lokasi, kontak, dan jam operasional
4	Dokumentasi	Mengambil foto usaha dan mencatat lokasi	Dokumentasi lapangan	Foto kios dan titik lokasi
5	Pemetaan	Memasukkan dan menentukan lokasi UMKM	Praktik menggunakan Google Maps	Pemetaan lokasi usaha
6	Pendampingan	Memberikan pemahaman mengenai pengelolaan informasi digital	Pendampingan langsung	Pengelolaan informasi usaha
7	Evaluasi	Memeriksa kesesuaian informasi dan lokasi	Pemeriksaan dan diskusi	Ketepatan informasi dan lokasi UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi Kegiatan

Observasi merupakan tahap awal dalam pelaksanaan program kerja. Kegiatan dilakukan dengan mengunjungi secara langsung lokasi UMKM kios yang terdapat di Desa Bangpanga. Tujuan observasi adalah memperoleh gambaran mengenai kondisi usaha, lokasi, jenis usaha, serta informasi yang diperlukan untuk mendukung proses digitalisasi dan pemetaan. Berdasarkan hasil observasi, terdapat empat kios yang menjadi objek kegiatan, yaitu **Kios Doraemon**, **Kios Silvania**, **Kios Nicvit**, dan **Kios Mario**. Keempat kios tersebut merupakan bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat Desa Bangpanga dan memiliki fungsi dalam menyediakan kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat di lingkungan sekitar. (Sahetapy et al., 2024)

Pada tahap ini dilakukan pengamatan terhadap lokasi masing-masing kios serta pengumpulan informasi dasar mengenai usaha. Dokumentasi berupa foto kios juga dilakukan sebagai bukti kegiatan dan sebagai data pendukung dalam proses pemetaan. Hasil observasi menunjukkan bahwa keberadaan UMKM kios di Desa Bangpanga memiliki potensi untuk diperkenalkan melalui media digital. (Habibi Muhammad et al., 2025)

Informasi mengenai lokasi usaha yang sebelumnya lebih banyak diketahui melalui komunikasi langsung dapat dikembangkan

menjadi informasi digital yang lebih mudah diakses.



Gambar 1. Observasi Kios Doraemon



Gambar 2. Observasi Kios Silvania



Gambar 3. Observasi Kios Nicvit



Gambar 4. Observasi Kios Mario

a) Koordinasi Kegiatan

Koordinasi dilakukan setelah tahap observasi. Kegiatan ini dilakukan dengan pemilik atau pengelola kios untuk menjelaskan maksud dan tujuan program kerja. Penjelasan diberikan mengenai manfaat digitalisasi informasi dan pemetaan lokasi usaha menggunakan Google Maps. (Arifangga et al., 2025)

Koordinasi dilakukan secara langsung agar pemilik kios dapat memahami proses kegiatan serta mengetahui manfaat yang dapat diperoleh dari adanya informasi usaha secara digital. Selain itu, koordinasi juga dilakukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan, seperti nama usaha, alamat, lokasi, jenis usaha, jam operasional, dan informasi pendukung lainnya. Tahap koordinasi memiliki peranan penting karena proses digitalisasi memerlukan informasi yang berasal dari pemilik atau pengelola usaha. Dengan adanya komunikasi secara langsung, informasi yang dikumpulkan dapat disesuaikan dengan kondisi usaha yang sebenarnya. (Andini, 2024)

Melalui koordinasi tersebut, pelaku UMKM juga diberikan pemahaman bahwa keberadaan informasi usaha secara digital perlu dikelola dengan baik. Informasi yang ditampilkan sebaiknya jelas dan sesuai dengan kondisi usaha sehingga masyarakat yang mengakses informasi tersebut dapat memperoleh informasi yang tepat.

b) Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di desa Bangpanga, Kecamatan Tinangkung Utara, Kabupaten Banggai Kepulauan pada tanggal 27 juli – 1 Agustus 2026. Sasaran kegiatan Adalah empat UMKM kios yang bergerak dibidang perdagangan kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, minuman dingin, pulsa, voucher, dan produk kebutuhan rumah tangga lainnya.

Metode yang digunakan Adalah pendampingan partisipatif memulai pendekatan *door to door*. Pendekatan ini dipilih agar mahasiswa dapat memberikan pendampingan secara langsung kepada pelaku usaha dengan kondisi masing-masing UMKM.

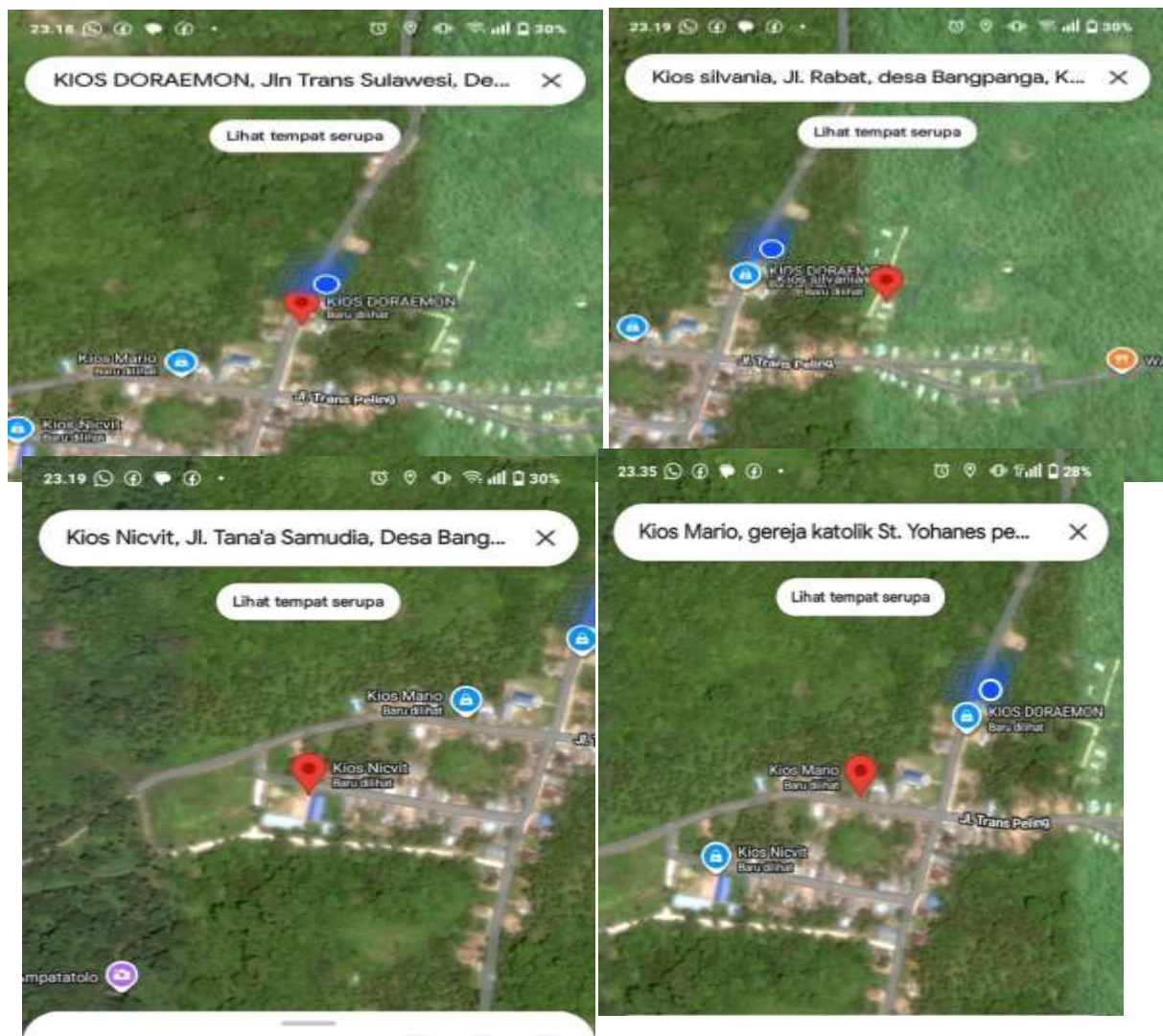
Empat UMKM yang menjadi objek pemetaan terdiri atas Kios Doraemon, Kios Silvania, Kios Nicvit, dan Kios Mario.

No	Nama UMKM	Informasi yang dipetakan	Potensi pemanfaatan
1.	Kios Doraemon	Jln, Trans Sulawesi, Desa Bangpanga, Kec. Tinangkung Utara, Kabupaten Banggai Kepulauan, Sulawesi Tengah, 94885	Mempermudah masyarakat menemukan lokasi

2.	Kios Silvania	Jl. Rabat, Desa Bangpanga, Kec. Tinangkung Utara, Kabupaten Banggai Kepulauan, Sulawesi Tengah, 94885	Mempermudah menemukan lokasi masyarakat
3.	Kios Nicvit	Jl. Tana'a Samudia, Desa Bangpanga, Kec. Tinangkung Utara, Kabupaten Banggai Kepulauan, Sulawesi Tengah, 94885	Mempermudah menemukan lokasi masyarakat
4.	Kios Mario	Jl. Lorong Belakang Gereja Katolik St. Yohanes Pembaptis Bangpanga, Kecamatan Tinangkung Utara, Kab. Banggai Kepulauan, Sulawesi Tengah. 94885	Mempermudah menemukan lokasi masyarakat

Selain pemetaan lokasi, informasi mengenai UMKM dapat dikembangkan dengan menambahkan foto, deskripsi usaha, jam operasional, dan informasi kontak apabila tersedia. Informasi tersebut dapat membantu

membentuk identitas digital usaha sehingga masyarakat tidak hanya mengetahui lokasi kios, tetapi juga memperoleh gambaran mengenai usaha tersebut.



Gambar 5. Pemetaan UMKM Menggunakan Google Maps

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat diterapkan dalam pengelolaan informasi UMKM di tingkat desa dengan cara yang relatif sederhana. Google Maps dapat menjadi salah satu media untuk mendukung pengenalan lokasi UMKM dan membantu masyarakat memperoleh informasi mengenai keberadaan usaha. (Karmawan et al., 2026).

Disisi lain Google Maps memberikan dampak transformatif langsung terhadap operasional dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kios dapat ditemukan oleh konsumen di sekitar yang melakukan pencarian spesifik tanpa perlu biaya iklan berbayar, dan membantu pelancong, pendatang, atau kurir logistik menemukan lokasi gerai yang sering kali berada di gang kecil atau jalan sekunder yang sulit dijangkau peta konvensional.

KESIMPULAN

Program kerja Pendampingan Digitalisasi Tata Kelola Informasi dan Pemetaan Potensi Ekonomi UMKM Kios Berbasis Google Maps di Desa Bangpanga merupakan salah satu upaya pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pengenalan dan pengelolaan informasi UMKM di tingkat desa. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi, koordinasi, pendataan informasi, dokumentasi, pemetaan lokasi, dan pendampingan. Kegiatan berfokus pada empat UMKM kios yang telah diobservasi, yaitu Kios Doraemon, Kios Sylvania, Kios Nicvit, dan Kios Mario. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps dapat menjadi media pendukung untuk memperkenalkan lokasi UMKM secara digital. Pemetaan lokasi juga dapat membantu masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai keberadaan kios di Desa Bangpanga.

Selain itu, kegiatan pendampingan memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pengelolaan informasi usaha secara digital. Informasi yang jelas, akurat, dan mudah diakses dapat mendukung pengenalan usaha sekaligus menjadi bagian dari upaya pemetaan potensi ekonomi lokal. Dengan demikian, digitalisasi tata kelola informasi dan pemetaan UMKM melalui Google Maps dapat menjadi langkah awal dalam mendorong pemanfaatan teknologi digital bagi

pelaku UMKM di Desa Bangpanga. Keberlanjutan kegiatan diperlukan agar informasi usaha yang telah tersedia dapat dikelola dan diperbarui sesuai dengan perkembangan masing-masing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, A. P. (2024). Metode Pengelolaan Objek Wisata Pariban Hotspring Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Semangat Gunung Brastagi Aditiya. *Central Publisher*, 3(3), 3284–3299. <https://doi.org/10.60145/jcp.v3i3.616>
- Arifangga, A. R., Cahyaningrum, D. A., & Sari, S. K. (2025). Digitalisasi UMKM Pembuatan Qris dan Pembuatan Titik Google Maps Desa Prambatan Lor Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 448–454. <https://doi.org/10.24176/sandimas.v2i2.1389>
- H, M. A. A. A., Aini, N., & Suryowati, E. (2026). Pendampingan UMKM dalam Pembuatan Website dan Google Maps Desa Gongseng Jombang. *JURNAL ABDIMAS INDONESIA*, 6(2), 1038–1044. <https://doi.org/10.34697/jai.v6i2.3288>
- Habibi Muhammad, D., Eky Nur Kholifah, A., Paeng, A., & Khomsah Apsari, S. (2025). Pendampingan UMKM Desa Leces melalui Penerapan Google Maps sebagai Media Promosi Digital. *JPMD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Desa*, 6(3), 1020–1032. <https://doi.org/10.58401/jpmd.v6i3.2758>
- Karmawan, K., Kusumah, E. P., & Rozi, R. (2026). Penguatan Promosi Digital Dan Edukasi Produk Halal Untuk Mendukung Pariwisata Dewi Tari Desa Rebo Kabupaten Bangka. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 7(1), 77–88. <https://doi.org/10.36908/akm.v7i1.1609>
- Nova, S., Harahap, R., Hapshani, N. F., & Azhari, M. F. (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.v4i01.411>

- Pemasaran, S., Pada, D., Desa, U., Village, B., & Alamudi, A. K. (2025). Pemberdayaan Sumber Daya Manusia : Transformasi Digital Melalui Human Resources Empowerment : Digital Transformation Through Digital Marketing on. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 04(02), 80–87. <https://doi.org/0.30587/jpm.v4i2.9661>
- Sahetapy, H. V., Hahury, H. D., Metekohy, S., Siaila, S., Ramly, F., Bugis, M., Muspida, M., Tamtelahitu, J., Oppier, H., & Pattimahu, T. V. (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. <https://doi.org/10.30653/jppm.v9i2.853>
- Sari, D. P. P., Oktarianda, E. P., Amrullah, R., Hazihis, S., Irawan, R., Cahyani, S., Astrella, M. S., Nadila, A., Sumarni, M., Luthfie, H., Egal, Rahayu, N. S., & Imelda, D. (2025). Strategi Digital Marketing UMKM: Branding, Akses Konsumen, dan Promosi melalui Google Maps. *COMSEP: Jurnal ADAI COMSEP*, 6(3), 510–516. <https://doi.org/Strategi Digital Marketing UMKM: Branding, Akses Konsumen, dan Promosi melalui Google Maps Dian>