Prosiding Seminar Hasil
KKN, Vol 3 No 1 2026
E ISSN 3030-8895

PEMANFAATAN *GOOGLE MAPS* UNTUK MENINGKATKAN UMKM MELALUI TEKNOLOGI DIGITAL MARKETING

Alvian Dzaky Al Mubarrok[1*], Hasbi Yusuf Irsyadi [2], Heru Baskoro[3]

[1,2] Program Studi Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Gresik
[3] Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Gresik
*Email : alviandzak@gmail.com

ABSTRAK

Pemanfaatan teknologi digital marketing, khususnya melalui pembuatan Google Maps, untuk mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Karangsemanding, Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik. Dengan adanya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. *Digital marketing*, sebagai metode pemasaran yang interaktif dan terpadu, mampu meningkatkan akses pasar bagi UMKM yang selama ini menghadapi tantangan dalam meningkatkan pendapatan. Kegiatan penyuluhan yang dilakukan bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan Google Maps sebagai media promosi. Dalam upaya mengatasi masalah ini, penulis mengadakan pelatihan pemanfaatan *digital marketing* yang ditujukan kepada para pelaku UMKM, khususnya ibu-ibu PKK di desa tersebut. Metode dari penelitian ini yaitu dimuai dari wawancara dengan ibu kepala desa untuk menentukan sasaran, kemudian melakukan ceramah dan dilanjut dengan sesi tanya jawab dan di akhiri dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa 80% peserta berhasil mengoptimalkan profil bisnis mereka di Google Maps, sehingga meningkatkan visibilitas usaha mereka. Meskipun terdapat beberapa kendala terkait pengetahuan teknologi, kegiatan ini secara keseluruhan memberikan dampak positif dalam pengembangan UMKM dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya digitalisasi.

Kata Kunci: Digital Marketing, Mendukung Pengembangan, Peta Lokasi

ABSTRACT

Utilization of digital marketing technology, particularly through the creation of Google Maps, to support the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Karangsemanding Village, Balongpanggang District, Gresik Regency. With the Law of the Republic of Indonesia Number 20 of 2008 concerning MSMEs. Digital marketing, as an interactive and integrated marketing method, can enhance market access for MSMEs that have faced challenges in increasing revenue. The outreach activities conducted aimed to provide understanding and skills in utilizing Google Maps as a promotional medium. In an effort to overcome this problem, the author held training on the use of digital marketing aimed at MSMEs, especially PKK women in the village. The method of this research is starting from an interview with the village head to determine targets, then conducting a lecture and continuing with a question and answer session and ending with documentation. Evaluation results show that 80% of participants succeeded in optimizing their business profile on Google Maps, thereby increasing the visibility of their business. Although there are some challenges related to technological knowledge, the overall activities have a positive impact on the development of MSMEs and raise awareness of the importance of digitalization.

Keywords: Digital Marketing, Supporting Development, Google Maps

PENDAHULUAN

UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro didefinisikan sebagai usaha yang aktif dan menguntungkan yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan. Usaha Kecil adalah usaha yang mandiri, aktif, dan menguntungkan, dijalankan oleh perorangan, serta bukan merupakan anak perusahaan, cabang, atau bagian dari usaha menengah atau besar. Sementara itu, Usaha Menengah merupakan usaha yang juga mandiri, aktif, dan menguntungkan, dikelola oleh perorangan, dan tidak termasuk anak perusahaan, cabang, atau bagian dari usaha kecil maupun besar (Abidah Fauziyya, Ayu Rashida, & Arif, 2023). Kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan kelompok terbesar yang telah terbukti mampu bertahan menghadapi berbagai jenis krisis ekonomi, khususnya di Indonesia(Ikerismawati, Sholiha, & Hardiyanti, 2023). UMKM memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menurunkan tingkat kemiskinan, membuka kesempatan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan Masyarakat (Bukit, A.S, Irvan, & Fahmi, 2019). Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pemasaran. Pemasaran digital saat ini mempermudah konsumen untuk berinteraksi dengan produsen tanpa perlu bertemu secara langsung, berbeda jauh dengan cara pemasaran tradisional. Dalam situasi ini, pelaku UMKM didorong untuk memanfaatkan media digital dalam mempromosikan produk mereka agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Meskipun begitu, masih banyak UMKM yang belum mengoptimalkan penggunaan media digital secara maksimal (Digital, Dalam, Pengembangan, Mura, & Di, 2025).

Digital marketing adalah metode pemasaran yang dilakukan dengan cara promosi melalui media digital secara online. Digital marketing mencakup pemasaran yang bersifat interaktif dan terpadu, yang memfasilitasi interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Melalui digital marketing, pengusaha dapat lebih mudah memenuhi kebutuhan dan keinginan calon konsumen (Ikerismawati et al., 2023). UMKM dianggap mampu membantu pemulihan perekonomian nasional pasca krisis moneter. Namun, keterbatasan akses pasar di Indonesia menyebabkan UMKM menghadapi tantangan dalam meningkatkan pendapatan. Masalah ini dapat diatasi dengan melakukan digitalisasi UMKM, yang diharapkan dapat mempromosikan produk mereka secara online. Salah satu caranya adalah dengan memberikan pendampingan dalam pembuatan Google Maps. Google Maps merupakan visualisasi data spasial dalam bentuk simbol yang menyajikan peta satelit dan peta hybrid. Selain berfungsi sebagai alat navigasi atau petunjuk arah, Google Maps juga bisa digunakan sebagai media untuk mengembangkan bisnis, di mana dengan mengetik nama toko online yang telah terdaftar akan muncul informasi lengkap seperti alamat, peta, situs web, nomor telepon yang dapat dihubungi, serta gambar atau foto yang menggambarkan toko tersebut (Abidah Fauziyya et al., 2023). Melalui digitalisasi menggunakan Google Maps, konsumen akan lebih mudah dalam melakukan transaksi dan memperoleh informasi tentang produk yang mereka cari.

Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi untuk menunjukkan peta atau rute, tetapi juga menawarkan fitur lain, salah satunya adalah Google My Business yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis. Tidak mengherankan jika platform Google Maps memberikan banyak keuntungan, bahkan bagi bisnis berskala besar

sekalipun. Ketika Anda mencari nama toko online di mesin pencari Google, biasanya akan muncul informasi yang cukup lengkap, seperti alamat lokasi, peta, situs web, nomor telepon yang dapat dihubungi, serta gambar atau foto yang menggambarkan toko tersebut. Pemasaran online adalah kegiatan yang memanfaatkan media berbasis internet untuk menyampaikan pesan mengenai merek, produk, atau layanan perusahaan kepada calon pelanggan. Metode dan teknik yang digunakan dalam pemasaran online meliputi email, media sosial, iklan, dan berbagai cara lainnya. Tujuan pemasaran ini adalah untuk menjangkau pelanggan melalui saluran yang mereka gunakan saat membaca, mencari informasi, atau berinteraksi secara online . Pemasaran online memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis karena memudahkan pelanggan. Berbagai kemudahan dalam proses pembelian secara online membantu calon pembeli dalam mengambil keputusan, seperti lebih mudah menemukan kebutuhan yang dicari serta memperoleh informasi dengan cepat tanpa menghabiskan waktu dan tenaga.

Sosialisasi digital marketing menjadi Langkah penting dalam mengoptimalkan potensi digital UMKM di Desa Karangsemanding. Bahwa masyarakar desa Karangsemanding belum mengetahui digital marketing, sehingga kami melakukan edukasi tentang digital marketing. Melalui kegiatan sosialisasi ini, pelaku UMKM akan memperoleh pemahaman dan kemampuan yang dibutuhkan untuk menggunakan berbagai alat digital demi mendukung upaya pemasaran mereka (Subayani et al., n.d.) Ketika ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, pelaku UMKM tidak mengalami dampak negatif dari resesi tersebut. Bahkan, sebagian besar dari mereka mampu terus mengembangkan usahanya sebagai salah satu penopang perekonomian negara. Pelaku UMKM mampu mempertahankan sekaligus meningkatkan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan peningkatan penerimaan pajak negara. Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah memberikan kontribusi yang meningkat terhadap produk domestik bruto (PDB) selama lima tahun terakhir. Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menunjukkan bahwa kontribusi sektor UMKM naik dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen. Selain itu, sektor UMKM juga berperan dalam menyerap tenaga kerja domestik, dengan penyerapan tenaga kerja yang meningkat dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam kurun waktu lima tahun terakhir (Ayu & Fadhila, 2018).

Keterbaruan dari penelitian sebelumnya yakni (Digital et al., 2025) penelitian ini menghadirkan inovasi dengan menitikberatkan pada edukasi

pemanfaatan teknologi digital marketing yang menggunakan peta lokasi Google Maps sebagai alat bantu dalam pengembangan UMKM. Pendekatan ini menjadi pelengkap dan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang lebih memfokuskan pada penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Dengan mengintegrasikan peta lokasi, penelitian ini menyisipkan aspek geografis yang memudahkan konsumen dalam menemukan dan mengakses UMKM secara langsung. Hal ini memberikan strategi digital marketing yang lebih menyeluruh guna meningkatkan visibilitas dan perkembangan UMKM. Selain itu, edukasi ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan kemampuan praktis dalam mengoptimalkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran yang lebih efektif di era digital saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM yang ingin membuat Google Maps yang usahanya secara efektif dan efisien sehingga dapat mengembangkan usahanya, serta meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya penggunaan platform digital marketing sebagai media untuk mempromosikan usahanya agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini diawali dengan wawancara ibu Kepala Desa untuk menentukan sasaran kemudian melakukan penyuluhan edukasi pemanfaatan digital marketing untuk mendukung pengembangan UMKM melalui peta lokasi yaitu *google maps* pada UMKM dengan sasaran ibu ibu PKK yang mempunyai usaha Kegiatan edukasi mengenai pemanfaatan digital marekting melalui peta lokasi yakni *google maps* untuk mendukung pengembangan UMKM merupakan program kerja KKN prodi kewirausahaan. Kegiatan ini bertempat di Balai Desa Karangsemanding, Kecamatan Balongpanggang.

Dilaksanakan pada hari Selasa, 22 Juli 2025, mulai pukul 13.00 WIB hingga selesai, sosialisasi ini disampaikan kepada ibu-ibu PKK yang memiliki usaha UMKM, kegiatan ini berdurasi sekitar 60 menit, dengan menggunakan ceramah interaktif. Tujuan kegiatan ini untuk mendukung pengembangan UMKM pada digital marketing melalui *google maps* guna mempermudah orang lain mengetahui lokasi UMKM tersebut.

Selama sesi ceramah, terdapat sesi tanya jawab di akhir acara yakni memberikan kesempatan bagi para ibu-ibu PKK untuk bertanya. Fokus utama materi ini adalah edukasi tentang digital marketing yakni pembuatan peta lokasi pada UMKM dengan *google maps,* dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi para UMKM dalam mengelola uang dengan cara elektrik yaitu dengan menggunakan aplikasi *excel.* Dengan adanya sosialisasi ini, para ibu-ibu PKK yang memiliki usaha UMKM mengetahui lebih lanjut dari pemanfaatan digital marketing serta dapat menggunakan *google maps* dengan lebih bijak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program edukasi penyuluhan digital marketing pembuatan google maps untuk memudahkan akses UMKM pada ibu ibu PKK di Desa Karangsemanding, Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik yang dilaksanakan pada tanggal 22 Juli 2025. Yang di koordinasi dengan ibu kepala desa, kegiatan ini ditujukan kepada ibu ibu PKK yang memiliki usaha, kami mendapatkan respon baik dan antusias yang baik dari ibu kepala desa dan ibu ibu PKK.

Pelaksanaan penyuluhan digital marketing dengan pembuatan google maps kepada ibu ibu PKK yang memiliki usaha berjalan dengan lancar dan baik. Dari 23 ibu ibu PKK dan ibu kader yang terdaftar di Desa Karangsemanding, semua ibu ibu datang ke balai desa karangsemanding dan mengikuti kegiatan yang diselenggarakan. Yang di tunjukan pada table dibawah ini:

Tabel 1. Jumlah peserta ibu ibu PKK

Jumlah ibu PKK	Hadir	Tidak hadir	Presentase Kehadiran
23	23	-	100%

Hasil evaluasi dari kegiatan penyuluhan digital marketing pembuatan google maps didapat hasil sebagai berikut, yang ditunjukan pada table di bawah ini:

Table 2. Hasil Evaluasi Tingkat penyuluhan pembuatan peta lokasi

Tingkat pelatihan	Jumlah %
Bisa	80%
Tidak Bisa	20%
Total	100%

Hasil menunjukkan bahwa 80% ibu-ibu dapat memahami cara membuat peta lokasi dari *google maps*. Selain itu, pengaplikasian peta lokasi melalui *google maps* merupakan cara yang efektif untuk menemukan akses UMKM. Dikutip dari artikel sebelumnya (Lestari, Wahyuningsih, Maharani, Sanjaya, & Putra, 2022)Pada saat pelatihan, mitra diberikan pembelajaran mengenai strategi pemasaran produk sehingga mereka tertarik untuk mengaplikasikan strategi tersebut dalam usaha mereka. Selain itu, pelatihan Google Maps mencatat tingkat peningkatan sebesar 35% dari sebelum pelatihan yaitu 45% menjadi 80%.



Gambar 1. Presentasi digital marketing



Gambar 2. Praktek Pembuatan Google Maps

KESIMPULAN DAN SARAN

Teknologi digital marketing, terutama melalui pembuatan Google Maps, sangat krusial untuk mendukung pengembangan UMKM. Kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM, khususnya ibu-ibu PKK di Desa Karangsemanding, dalam memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan usaha mereka. Evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu mengoptimalkan profil bisnis mereka di Google Maps, sehingga meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas usaha kep ada konsumen. Namun, masih ada beberapa tantangan terkait pengetahuan teknologi di antara peserta, yang menunjukkan perlunya pendampingan tambahan. Secara keseluruhan,

kegiatan ini memberikan kontribusi positif dan mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan UMKM yang lebih efisien.

Diharapkan kegiatan penyuluhan digital marketing dengan pembuatan Google Maps pada UMKM di Desa Karangsemanding lebih banyak partisipasi dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Abidah Fauziyya, P., Ayu Rashida, F., & Arif, L. (2023). Pembuatan NIB Dan Aplikasi Google Maps Dalam Pengembangan UMKM Desa Kebondalem Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *4*(3), 1837–1847. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1214

Ayu, S., & Fadhila, N. (2018). Penggunaan Digital Guerilla Marketing Dalam Usaha Kecil Dan Menengah, *5*(2).

Bukit, F. R. A., A.S, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, *3*(2), 229. https://doi.org/10.30595/jppm.v3i2.4317

Desa, D. I., & Gresik, R. (2024). E issn 3030-8895, 211–215.

Digital, P., Dalam, M., Pengembangan, M., Mura, T., & Di, B. (2025). Peranan digital marketing dalam membantu pengembangan takachi mura bakery di gresik, *7*(1), 11–21.

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. https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.3139

Lestari, A. S., Wahyuningsih, N., Maharani, N., Sanjaya, L., & Putra, A. P. (2022). Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyaran Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyaran DIKMAS : Jurnal Pengabdian Masyarakat, *02*(3), 887–894.

Subayani, N. W., Pd, M., Diana, Y., Ummah, K., Firdaus, M. F., Gilang, M., & Atthoriq, R. (n.d.). SOSIALISASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA MENDORONG PERTUMBUHAN UMKM DI DESA LASEM, 598–605.