

PENINGKATAN VISIBILITAS UMKM MELALUI OPTIMALISASI DIGITALISASI USAHA BERBASIS GOOGLE MAPS DI DESA GUNUNGSARI

Ida Sholikhatun Nisah¹, Zalfa' Zahirah Athallah², Cecilia Friska Maulida³, Elsa Putri Nabila⁴,
Sobrina Lintang Mulimmah⁵, Vina Dwi Maulidina⁶, Alfi Zuhriya Khoirunnisaa⁷

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah
Gresik

⁷Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik
Jl. Sumatra No 101, Gn. Malang, Randuagung, Kecamatan Keboomas, Kabupaten Gresik, Jawa
Timur 61121.

Email: ¹Inisa0286@gmail.com, ²zalfazahirah510@gmail.com, ³ceciliafriskam@gmail.com,
⁴elsaputrin07@gmail.com, ⁵sabrinalintang04@gmail.com, ⁶vinamld15@gmail.com,
⁷alfi.zuhriya@umg.ac.id

Abstract. *Digital transformation has significantly altered marketing strategies and accessibility for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). One location-based digital platform with strong potential to enhance business visibility is Google Maps, however, its utilization among MSME actors remains suboptimal. This activity aims to improve MSMEs' digital literacy through technical assistance in utilizing Google Maps as a tool for branding, improving consumer accessibility, and supporting promotional activities. The implementation methods include socialization sessions, hands-on training, and direct assistance in creating and managing business profiles on Google Maps. The results indicate an improvement in MSMEs' understanding and skills in managing business information, displaying accurate locations, and utilizing review features as well as social media integration. Optimizing Google Maps contributes to increased digital visibility, consumer visit opportunities, and MSME competitiveness without requiring significant promotional costs. Therefore, this assistance program serves as a strategic effort to support MSME sustainability in responding to location-based digital transformation dynamics.*

Keywords: MSMEs, Google Maps, digital literacy, business visibility

Abstrak. Transformasi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pemasaran dan aksesibilitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu platform digital berbasis geografis yang berpotensi meningkatkan keterlihatan usaha adalah Google Maps, namun pemanfaatannya oleh pelaku UMKM masih belum optimal. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM melalui pendampingan teknis dalam pemanfaatan Google Maps sebagai sarana branding, peningkatan aksesibilitas konsumen, dan media promosi. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan aplikatif, serta pendampingan langsung dalam pembuatan dan pengelolaan profil usaha pada Google Maps. Hasil kegiatan menunjukkan

peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola informasi usaha, menampilkan lokasi secara akurat, serta memanfaatkan fitur ulasan dan integrasi dengan media sosial. Optimalisasi Google Maps berkontribusi terhadap peningkatan visibilitas digital, peluang kunjungan konsumen, dan daya saing UMKM tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Dengan demikian, kegiatan pendampingan ini menjadi langkah strategis dalam mendukung keberlanjutan UMKM dalam menghadapi dinamika transformasi digital berbasis lokasi.

Kata Kunci: UMKM, Google Maps, iterasi digital, visibilitas usaha

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara pelaku usaha memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Media digital tidak lagi diposisikan sebagai sarana pendukung, melainkan telah menjadi instrumen utama dalam membangun keterjangkauan pasar dan memperluas jangkauan konsumen. Salah satu platform digital yang dapat dioptimalkan oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah Google Maps yang dapat diakses melalui browser maupun aplikasi mobile¹. Integrasi lokasi usaha ke dalam sistem peta digital memberikan kemudahan bagi calon pelanggan untuk menemukan titik usaha secara cepat, akurat, dan efisien tanpa harus bergantung pada informasi dari mulut ke mulut.

Keberadaan UMKM pada Google Maps berperan langsung terhadap peningkatan visibilitas usaha serta peluang kunjungan konsumen karena masyarakat dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha secara jelas dan mudah diakses². Selain itu, pencantuman UMKM pada Google Maps membantu calon konsumen memperoleh informasi usaha secara lebih efektif, termasuk lokasi dan visual usaha, sehingga mendukung perluasan jangkauan pasar³. Pemanfaatan Google Maps juga mendukung pemasaran digital berbasis lokasi melalui penyajian informasi usaha yang akurat dan mudah diakses oleh masyarakat⁴. Di sisi lain, Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai media pencantuman lokasi usaha, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas digital dan kredibilitas UMKM melalui pengelolaan profil usaha, pemanfaatan ulasan pelanggan, serta integrasi dengan media sosial⁵.

Namun demikian, keterbatasan literasi digital masih menjadi tantangan bagi sebagian pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemanfaatan Google Maps secara mandiri. Oleh karena itu, pendampingan teknis yang bersifat edukatif dan aplikatif menjadi langkah yang relevan untuk memastikan pemanfaatan teknologi dapat

dilakukan secara praktis dan berkelanjutan.

Sejumlah penelitian pengabdian dan penelitian empiris menunjukkan bahwa optimalisasi Google Maps memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM. Penelitian Chasanah, 2026 menunjukkan bahwa setelah dilakukan pendampingan, 85% UMKM berhasil mengaktifkan profil Google Maps secara optimal. Hasilnya, terjadi peningkatan kunjungan fisik sebesar 25-35%, peningkatan pencarian lokasi hingga 70%, serta kenaikan pendapatan antara 15-30% pada bulan pertama pasca optimalisasi⁶. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa Google Maps bukan sekadar alat navigasi, melainkan instrumen strategis dalam pemasaran digital berbasis lokasi.

Selaras dengan itu, penelitian Rahmawati 2025 menegaskan bahwa digitalisasi lokasi usaha mampu meningkatkan aksesibilitas, kepercayaan pelanggan, serta brand awareness UMKM. Digitalisasi lokasi terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah pencarian lokasi dan kunjungan konsumen karena profil usaha yang lengkap (alamat, jam operasional, foto produk, ulasan pelanggan) mempermudah konsumen dalam mengambil keputusan pembelian⁷. Penelitian Kurniawan dan Samsudin, 2025 menekankan pentingnya pemberdayaan sumber daya manusia dalam proses transformasi digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemetaan lokasi usaha di Google Maps, pembuatan NIB, hingga integrasi dengan platform digital lainnya dapat meningkatkan kesiapan UMKM dalam menghadapi persaingan modern. Penelitian ini menyoroti bahwa kendala utama bukan terletak pada ketersediaan teknologi, melainkan pada keterbatasan literasi digital pelaku usaha⁸. Oleh karena itu, pendampingan partisipatif dan berkelanjutan menjadi faktor kunci keberhasilan digitalisasi UMKM.

Selain pendekatan pengabdian masyarakat, penelitian Humairoh, 2025 memberikan bukti empiris bahwa Google Maps social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Secara parsial maupun simultan, variabel Google Maps dan entrepreneurship mampu menjelaskan 52,7% variasi daya saing UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa optimalisasi Google Maps yang didukung dengan kompetensi kewirausahaan mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam bersaing di pasar digital⁹.

Optimalisasi lokasi usaha melalui Google Maps menjadi strategi yang efektif dalam mendorong transformasi digital UMKM di wilayah pedesaan. Ramadhani dan Puspitasari, 2023 menjelaskan bahwa pelatihan dan pendampingan pendaftaran lokasi usaha di Google Maps pada UMKM Desa Tegalwaru berhasil meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bisnis secara signifikan. Hasil observasi menunjukkan sekitar 70%

UMKM mampu mendaftarkan lokasi usahanya setelah pelatihan, bahkan mengalami peningkatan omzet penjualan sebesar 15-20% dalam beberapa bulan berikutnya. Temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi lokasi usaha tidak hanya mempermudah konsumen dalam menemukan bisnis UMKM, tetapi juga berkontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing dan pertumbuhan ekonomi lokal melalui pemanfaatan platform digital yang mudah diakses dan berbiaya rendah¹⁰.

Hasil penelitian Ulil Albab, 2025 menunjukkan bahwa setelah pendampingan, sebagian besar UMKM sudah mampu mengelola dan memperbarui profil digitalnya secara mandiri. Hal ini menandakan meningkatnya pemahaman pelaku usaha tentang pentingnya digitalisasi lokasi sebagai sarana promosi. Secara keseluruhan, program berhasil menambah jumlah UMKM Desa Nusawungu yang terdaftar di Google Maps, meningkatkan visibilitas digital, serta memperluas jangkauan pasar tanpa menambah biaya bagi pelaku usaha¹¹.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan peningkatan visibilitas UMKM melalui optimalisasi digitalisasi usaha berbasis Google Maps merupakan salah satu program kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok 07 Universitas Muhammadiyah Gresik yang dilaksanakan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Program ini dilaksanakan di Desa Gunungsari, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto pada minggu ke-3, yaitu tanggal 2-6 Februari 2026. Sasaran kegiatan ini adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Gunungsari yang belum mengoptimalkan pemanfaatan platform digital berbasis lokasi dalam mendukung kegiatan pemasaran usahanya.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pemasaran dan perilaku konsumen dalam mencari produk dan layanan. Konsumen cenderung memanfaatkan platform digital berbasis lokasi untuk memperoleh informasi usaha secara cepat dan akurat. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Gunungsari masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan Google Maps secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan rendahnya visibilitas digital UMKM sehingga usaha sulit ditemukan oleh calon konsumen, khususnya masyarakat di luar lingkungan sekitar desa.



Gambar 1. Flowchart Alur Kegiatan

Pendaftaran UMKM di Google Maps dimulai dengan membuka layanan Google Business Profile melalui browser. Setelah itu, pemilik usaha harus masuk (login) menggunakan akun Google. Jika sudah memiliki akun, pengguna dapat langsung login, tetapi jika belum, maka harus membuat akun Google terlebih dahulu sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya. Setelah berhasil login, pengguna diminta memasukkan nama usaha. Pada tahap ini akan dicek apakah usaha tersebut sudah terdaftar di Google Maps atau belum. Jika usaha sudah terdaftar, maka pemilik dapat melakukan klaim bisnis. Namun, jika belum terdaftar, pengguna harus menambahkan bisnis baru. Selanjutnya, pengguna memilih kategori usaha yang sesuai, kemudian memasukkan lokasi usaha. Pada bagian lokasi, terdapat keputusan apakah usaha memiliki lokasi fisik atau tidak. Jika memiliki lokasi fisik, maka alamat lengkap harus diisi dan ditandai pada peta. Jika tidak memiliki lokasi fisik (misalnya usaha berbasis layanan atau online), maka

pengguna dapat memilih area layanan. Setelah itu, pengguna mengisi informasi kontak seperti nomor telepon dan website (jika ada). Tahap berikutnya adalah proses verifikasi bisnis. Verifikasi dapat dilakukan melalui beberapa metode, seperti kode SMS, email, video verifikasi, atau surat. Jika verifikasi berhasil, proses dapat dilanjutkan ke tahap melengkapi profil usaha. Namun, jika verifikasi gagal, maka pengguna harus mengulangi proses verifikasi hingga berhasil. Setelah verifikasi berhasil, pengguna melengkapi profil usaha dengan menambahkan jam operasional, foto tempat atau produk, serta deskripsi usaha. Jika semua langkah telah dilakukan, maka bisnis akan tayang di Google Maps dan proses pendaftaran dinyatakan selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program peningkatan visibilitas UMKM melalui optimalisasi digitalisasi usaha berbasis Google Maps di Desa Gunungsari dinilai layak untuk dilaksanakan berdasarkan kondisi riil pelaku UMKM di lapangan. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan terhadap 20 pelaku UMKM di Desa Gunungsari, diperoleh data bahwa sebanyak 15 UMKM (75%) belum terdaftar dan belum memiliki visibilitas di platform Google Maps. Sementara itu, hanya 5 UMKM (25%) yang telah memiliki titik lokasi usaha, namun sebagian besar belum mengoptimalkan profil usahanya secara lengkap, seperti belum mencantumkan jam operasional, deskripsi usaha, maupun foto produk.

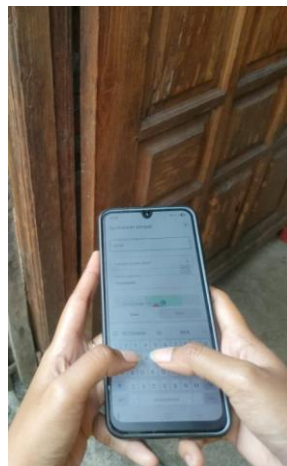
Setelah pelaksanaan program pendampingan dan pelatihan digitalisasi, terjadi peningkatan jumlah UMKM yang terdaftar dan visible di Google Maps. Dari total 20 UMKM sasaran, sebanyak 18 UMKM (90%) berhasil memiliki profil usaha yang aktif dan dapat ditemukan secara daring. Dengan demikian, terdapat peningkatan visibilitas sebesar 65% dari kondisi awal. Selain peningkatan jumlah UMKM yang terdaftar, kualitas informasi usaha juga mengalami perbaikan. UMKM yang sebelumnya belum mencantumkan informasi lengkap kini telah menambahkan deskripsi usaha, kategori bisnis, jam operasional, nomor kontak, serta foto produk. Pelaku UMKM juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam mengelola dan memperbarui profil usahanya secara mandiri. Peningkatan ini menunjukkan bahwa program pendampingan memberikan dampak nyata terhadap eksistensi digital UMKM di Desa Gunungsari. Keberadaan profil usaha yang terdaftar dan terkelola dengan baik mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi usaha, memperoleh informasi produk, serta meningkatkan kepercayaan terhadap usaha yang dijalankan.

Program kerja yang dilaksanakan melalui pendampingan pemanfaatan Google Maps bagi pelaku UMKM. Kegiatan diawali dengan sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi usaha dan peran Google Maps sebagai media promosi berbasis lokasi. Selanjutnya, pelatihan aplikatif dilakukan melalui praktik langsung pembuatan dan pengelolaan profil usaha di Google Maps, termasuk pengisian informasi usaha, penentuan titik lokasi yang akurat, serta pengunggahan foto produk. Pendampingan dilakukan untuk memastikan pelaku UMKM mampu mengelola profil usaha secara mandiri dan berkelanjutan. Pemanfaatan Google Maps sebagai media digital berbasis lokasi terbukti mampu meningkatkan eksistensi dan visibilitas UMKM di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Digitalisasi UMKM melalui pembuatan dan optimalisasi titik lokasi usaha di Google Maps memberikan dampak positif terhadap kemudahan akses informasi bagi konsumen. UMKM yang sebelumnya sulit ditemukan secara fisik menjadi lebih dikenal karena lokasi, jam operasional, serta deskripsi usaha dapat diakses secara daring. Hal ini tidak hanya meningkatkan peluang kunjungan pelanggan, tetapi juga memperkuat citra profesional UMKM sebagai usaha yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, sehingga berkontribusi pada peningkatan pemasaran dan keberlanjutan usaha di tingkat lokal.

Tujuan utama dari program ini adalah meningkatkan visibilitas UMKM di Desa Gunungsari melalui pemanfaatan Google Maps sebagai sarana pemasaran digital. Selain itu, program ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM serta mendorong pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps memberikan dampak nyata terhadap peningkatan visibilitas dan kemudahan akses informasi usaha oleh konsumen. Pelaku UMKM yang sebelumnya hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut kini mampu menjangkau pasar yang lebih luas melalui media digital. Kondisi ini menegaskan bahwa adaptasi terhadap teknologi merupakan kebutuhan strategis dalam mempertahankan daya saing. Sebagaimana dinyatakan Cahya, dkk 2022 bahwa "Era digital memang tidak dapat dihindari, pelaku bisnis harus mampu memaksimalkan perkembangan digital, karena memungkinkan untuk memasarkan produknya secara online¹².

Manfaat yang diperoleh dari program ini antara lain meningkatnya kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, terbentuknya identitas digital UMKM, serta meningkatnya peluang kunjungan dan kepercayaan konsumen terhadap usaha yang

dijalankan. Sasaran program ini adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berada di Desa Gunungsari, khususnya UMKM yang belum memanfaatkan Google Maps sebagai media promosi dan pencantuman lokasi usaha. Sasaran program dipilih berdasarkan hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih menjalankan pemasaran secara konvensional dan belum memiliki visibilitas digital yang memadai. Dengan menyasar kelompok ini, program ~~diharapkan mampu memberikan~~ dampak yang signifikan terhadap peningkatan aksesibilitas dan daya saing UMKM. Target luaran dari pelaksanaan program ini adalah terdaptarnya lokasi usaha UMKM di Google Maps dengan informasi usaha yang lengkap dan akurat. Selain itu, target luaran lainnya adalah meningkatnya pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola profil usaha digital secara mandiri. Luaran yang diharapkan tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga berkelanjutan, di mana pelaku UMKM mampu memanfaatkan Google Maps sebagai media promosi yang efektif dalam jangka panjang. Indikator capaian hasil program diukur berdasarkan beberapa aspek, antara lain jumlah UMKM yang berhasil mendaftarkan lokasi usahanya di Google Maps, kelengkapan informasi usaha yang ditampilkan, serta kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola dan memperbarui profil usaha secara mandiri. Selain itu, indikator lainnya adalah meningkatnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya digitalisasi usaha dan pemasaran berbasis lokasi. Pencapaian indikator-indikator tersebut menunjukkan bahwa program telah berjalan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan dan memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM di Desa Gunungsari.



Gambar 2. Proses Pendaftaran UMKM Ke Google Maps

Dalam kegiatan tersebut kami membantu pelaku UMKM dalam proses pendaftaran usaha di Google Maps agar usahanya terdaftar dan mudah ditemukan oleh pelanggan.



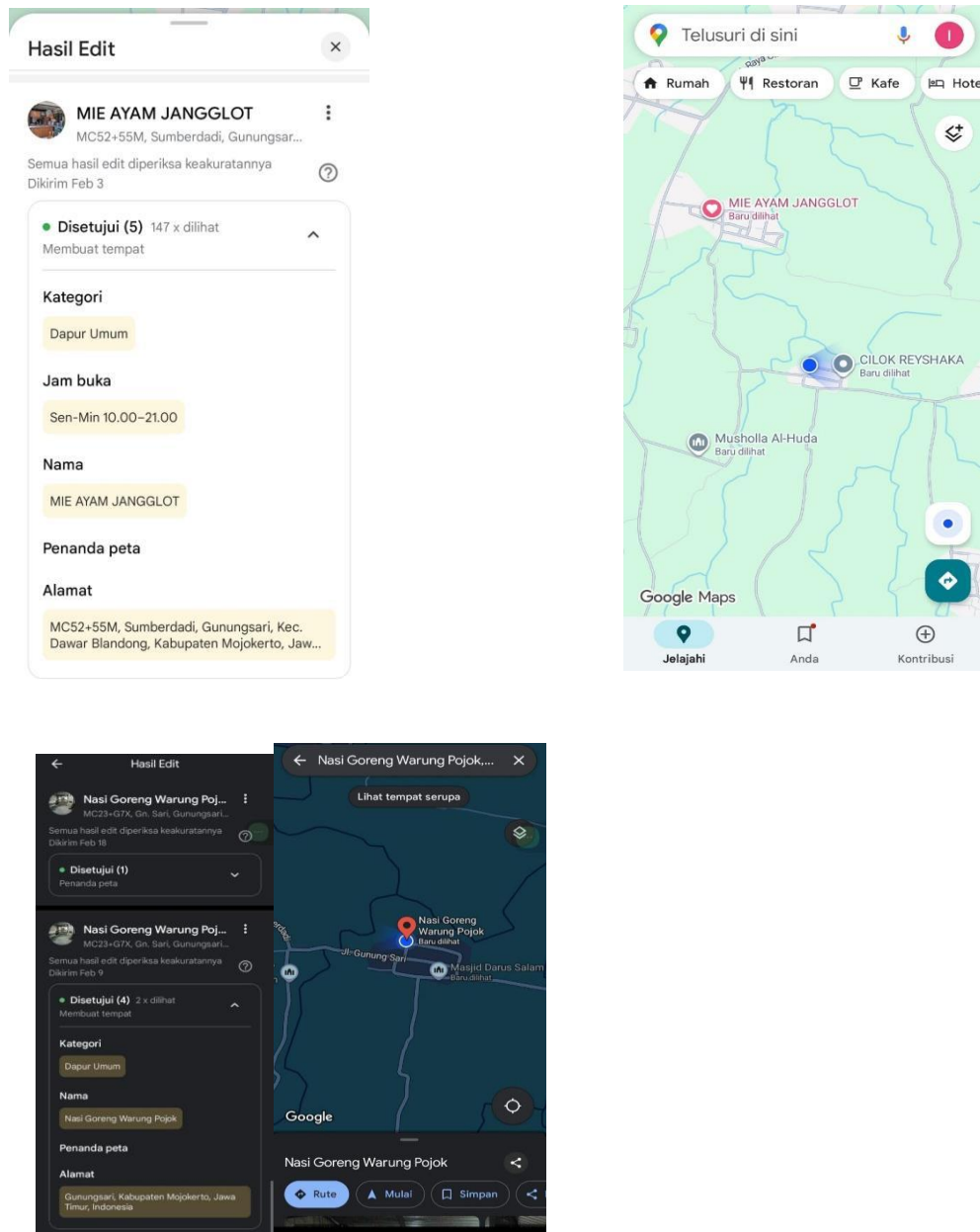
Gambar 3. Hasil Pendaftaran UMKM ke Google Maps

“UMKM Cilok Reyshaka” sudah resmi terdaftar di Google Maps dengan lokasi di Gunungsari, Kecamatan Dawar Blandong, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Informasi seperti nama, kategori (Dapur Umum), dan alamat lengkap sudah tersedia, serta fitur navigasi, simpan, dan bagikan aktif, sehingga pelanggan bisa dengan mudah menemukan dan mengunjungi usaha tersebut.



Gambar 4. Testimoni bersama Pemilik UMKM CILOK REYSHAKA

Pembuatan digitalisasi UMKM Cilok Reyshaka di Desa Gunungsari telah selesai. Tim PKM membantu pendaftaran di Google Maps, pengisian profil, serta optimasi informasi usaha agar lebih mudah ditemukan dan menarik bagi konsumen. Dengan ini, usaha dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan keberlanjutan bisnis.



Gambar 5. Bukti UMKM yang Sudah Terdaftar

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan program pendampingan peningkatan visibilitas UMKM melalui optimalisasi Google Maps di Desa Gunungsari, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan platform digital berbasis lokasi merupakan strategi yang efektif dan efisien dalam mendukung pemasaran UMKM. Program pendampingan yang dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan aplikatif, dan pendampingan langsung terbukti mampu meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, khususnya dalam pembuatan dan pengelolaan profil usaha di Google Maps. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mengalami peningkatan pemahaman mengenai pentingnya identitas digital, kemudahan aksesibilitas usaha bagi konsumen, serta pemanfaatan fitur Google Maps sebagai media promosi berbasis lokasi. Optimalisasi Google Maps berkontribusi pada peningkatan visibilitas digital UMKM, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan peluang kunjungan konsumen tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Dengan demikian, program ini memberikan dampak positif terhadap daya saing dan keberlanjutan UMKM di Desa Gunungsari dalam menghadapi tantangan transformasi digital.

SARAN

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan program pendampingan optimalisasi Google Maps berbasis kolaborasi yang melibatkan pelaku UMKM, pemerintah desa, serta komunitas digital setempat, agar dampak peningkatan visibilitas dan literasi digital dapat berkelanjutan dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

Aushafina, Nadhiya Hana, dan Ira Wikartika. "Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM." *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia* 4, no. 3 (2023): 477-83. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>.

Cahya, Bayu Tri, Etha Widyarani, Farida Rohmah, dan Makrufah Hidayah Islamiah. "Urgensi E-Marketing Berbasis Google Maps pada Keberlangsungan Usaha Entrepreneur Muslim (Studi pada Kabupaten Demak)." *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 20, no. 1 (2022): 126.

<https://doi.org/10.30595/kompartemen.v20i1.12328>.

Chasanah, Sani Wahyu, dan Nurjanti Takarini. *Pemberdayaan UMKM Industri Rumahan Melalui Optimalisasi Google Maps sebagai Pemasaran Digital di Kelurahan Mulyorejo Surabaya*. 6, no. 1 (2026).

Humairoh, Humairoh, Rd Roro Anggraini Soemadi, dan Bimantoro Nur. "Competitiveness of MSMEs in the Digital Era Through Google Maps Social Media Marketing and Entrepreneurship." *Dinasti International Journal of Management Science* 7, no. 2 (2025): 430–36. <https://doi.org/10.38035/dijms.v7i2.6143>.

Kasnelly, Sri, Siti Ulfa Afkari, Dewi Musdallifah, Marwiyah, Munir Ehwan, dan Umiyati Agustia. "Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar." *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 5, no. 1 (2025). www.ejournal.an-nadwah.ac.id.

Kurniawan, Christoforus David, dan Acep Samsudin. "Pemberdayaan SDM Dalam Transformasi Digital Bidang UMKM di Kelurahan Kalisari Surabaya." *Jurnal Sinabis* 1, no. 3 (2025): 811–17. <https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis>.

Nova, Sinta, Rosliana Harahap, Nurzihan Fitria Hapshani, dan Muhammad Fadil Azhari. "Pemberdayaan UMKM Melalui Optimalisasi Digitalisasi Usaha Berbasis Google Maps di Desa Raya Dusun IV." *Easta Journal of Innovative Community Services* 4, no. 01 (2025).

Rahmawati, Restiana Dwi, Richa Mulin Nikmah, Rizqi Imroatun Naasyiroh, dan Sabrina Eka Rahmanida. *Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen*. 3, no. 1 (2025).

Ramadhani, Wahyu Aziz, dan Meliana Puspitasari. "Mendorong Transformasi Digital UMKM Melalui Optimalisasi Lokasi Usaha Menggunakan Platform Google Maps." *Abdima Jurnal pengabdian Mahasiswa* 1, no. 4 (t.t.).

Sucipto, Kiki Reski Ramdhani, Rezty Amalia Aras, Muhammad Fachrul Salam, Aulia Rahmawati, Hadi Afrizal, dan Syamsul Rijal. *UMKM Go Digital: Peningkatan Literasi Digital UMKM Kota Makassar Pemanfaatan Google Maps dan Media Sosial*. t.t.

Ulil Albab, Afrina Syafriyanti, Kurnia Anoem Milandea, dkk. "Peningkatan Visibilitas UMKM Desa Nusawungu melalui Pembuatan Titik Lokasi di Google Maps.

ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian dan Kegiatan Masyarakat 3, no. 5 (2025): 24–36.
<https://doi.org/10.61132/aspirasi.v3i5.2232>.