

Digitalisasi Pemetaan UMKM Berbasis Google Maps Sebagai Media Penguatan Branding Usaha di Desa Buko Kecamatan Wedung Kabupaten Demak

Yulfa Widiastuti¹, Darrenito Al Azzaqi², Alfin Lii Nuam³, Sokhikhatul Mawadah⁴

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi Syariah, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Indonesia

⁴ Program Studi Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Indonesia

Received : 7 Juni 2026, Revised : 27 Juni 2026, Published : 8 Juli 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Yulfa Widiastuti

E-mail: yulfawidiastuti4@gmail.com

Abstrak

Desa Buko, Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak memiliki potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang cukup besar namun belum terdokumentasi secara digital. Pelaku usaha di desa tersebut masih mengandalkan promosi mulut ke mulut dan belum memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melakukan digitalisasi pemetaan UMKM berbasis Google Maps sebagai media penguatan branding usaha di Desa Buko. Metode yang digunakan adalah Participatory Rural Appraisal (PRA) yang meliputi survei lapangan, sosialisasi, pelatihan pendaftaran Google Maps, dan pendampingan teknis. Hasil kegiatan menunjukkan sebanyak 34 unit UMKM di Desa Buko berhasil didaftarkan ke platform Google Maps dengan profil usaha yang lengkap, termasuk foto, deskripsi produk, dan informasi kontak. Seluruh pelaku UMKM mampu mengoperasikan fitur dasar Google Business Profile. Digitalisasi pemetaan ini terbukti meningkatkan visibilitas, aksesibilitas konsumen, dan memperkuat identitas merek (branding) usaha lokal di ruang digital. Program ini berkontribusi pada penguatan ekosistem ekonomi desa berbasis teknologi informasi.

Kata Kunci - digitalisasi UMKM, google maps, branding usaha, pemetaan digital

Abstract

Buko Village, Wedung District, Demak Regency has considerable potential for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) that have not yet been digitally documented. Business actors in the village still rely on word-of-mouth promotion and have not utilized digital technology to expand their market reach. The objective of this community service activity is to digitize MSME mapping based on Google Maps as a medium for strengthening business branding in Buko Village. The method used was Participatory Rural Appraisal (PRA), which includes field surveys, socialization, Google Maps registration training, and technical assistance. The results showed that 34 MSMEs in Buko Village were successfully registered on the Google Maps platform with complete business profiles, including photos, product descriptions, and contact information. All MSME actors were able to operate the basic features of Google Business Profile. This digital mapping has proven to increase visibility, consumer accessibility, and strengthen the brand identity (branding) of local businesses in the digital space. This program contributes to strengthening the village's technology-based economic ecosystem.

Keywords - MSME digitalization, google maps, business branding, digital mapping

How To Cite : Widiastuti, Y., Al Azzaqi, D., Nuam, A. L., & Mawadah, S. (2026). Digitalisasi Pemetaan UMKM Berbasis Google Maps Sebagai Media Penguatan Branding Usaha di Desa Buko Kecamatan Wedung Kabupaten Demak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(4), 5660 - 5667. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i4.1433>

Copyright ©2026 Yulfa Widiastuti, Darrenito Al Azzaqi, Alfin Lii Nuam, Sokhikhatul Mawadah

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), UMKM menyumbang lebih dari 61% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja domestik. Namun demikian, sebagian besar UMKM, khususnya di wilayah pedesaan, masih menghadapi berbagai kendala dalam hal visibilitas, aksesibilitas pasar, dan penguatan identitas merek (branding) di era digital (Andini Dwi Ramadhani, 2025). Kesenjangan antara potensi UMKM dan keterbatasan akses pasar ini mendorong perlunya intervensi yang tepat sasaran, terutama melalui pemanfaatan teknologi yang mudah dijangkau dan dipelajari oleh pelaku usaha di pedesaan.

Desa Buko, Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi cukup signifikan. Berbagai jenis usaha mikro dan kecil bergerak di sektor makanan dan minuman, kerajinan tangan, pertanian, hingga perdagangan umum. Namun hingga saat ini, sebagian besar pelaku UMKM belum terdaftar dalam platform digital apapun, termasuk Google Maps. Akibatnya, konsumen dari luar desa sulit menemukan dan mengakses produk-produk lokal yang sebenarnya berkualitas (Nova et al., 2025). Ketidakhadiran UMKM Desa Buko di platform digital menjadi hambatan nyata yang membatasi pertumbuhan usaha mereka, di tengah meningkatnya kebiasaan masyarakat dalam mencari informasi produk dan layanan melalui internet.

Transformasi digital menuntut UMKM untuk mengintegrasikan identitas visual dan aksesibilitas berbasis teknologi guna meningkatkan daya saing usaha (Ristianawati, Y., Yuswono, I., Turmudhi, A., Salim, N., & Praptitorini, 2024). Salah satu instrumen yang paling mudah diakses dan terbukti efektif adalah Google Maps. Platform pemetaan digital ini bukan sekadar aplikasi navigasi, melainkan telah berkembang menjadi media promosi dan branding yang strategis bagi pelaku usaha kecil (Pratama, R. A., Putra, D. D. D., Maldini, D., & Lestari, 2025). Penelitian Meisarah (2025) sebelumnya menunjukkan bahwa pendaftaran UMKM di Google Maps secara signifikan meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat identitas merek usaha.

Di Desa Sukorejo Kabupaten Bojonegoro, integrasi Google Maps dengan pembuatan logo profesional terbukti memperkuat kapasitas branding digital UMKM lokal (Muhammad Zaenal Abidin, Siti Khoiriyah, Muhamad Zakariya, 2026). Di Desa Bukit Mas, pemetaan usaha berbasis Google Maps terbukti meningkatkan visibilitas dan kepercayaan konsumen karena informasi lokasi, foto, dan ulasan pelanggan dapat diakses dengan mudah (Fauzan et al., 2026). Temuan-temuan dari berbagai daerah ini memperkuat argumen bahwa intervensi digitalisasi melalui Google Maps bukan hanya relevan, tetapi juga mendesak untuk segera diterapkan di Desa Buko sebagai langkah strategis menuju kemandirian ekonomi digital desa.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian masyarakat melaksanakan program digitalisasi pemetaan UMKM berbasis Google Maps di Desa Buko, Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak. Program ini bertujuan untuk: (1) menginventarisasi dan memetakan seluruh UMKM yang ada di Desa Buko ke dalam platform Google Maps; (2) meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM dalam mengelola profil bisnis online; dan (3) memperkuat branding usaha lokal melalui optimalisasi fitur Google Business Profile. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menjadi jembatan antara potensi ekonomi lokal Desa Buko dengan pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Buko, Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak, Jawa Tengah pada bulan April – Juni 2026. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah Participatory Rural Appraisal (PRA), yaitu metode pengkajian partisipatif berbasis komunitas yang memposisikan warga desa sebagai subjek aktif bukan sekedar objek dalam setiap tahapan perencanaan dan pelaksanaan program, peserta kegiatan ini berjumlah 26 UMKM yang terdata aktif di Desa Buko. PRA dipilih karena pendekatan ini memungkinkan tim untuk menggali potensi dan permasalahan yang ada di lapangan secara langsung bersama masyarakat, sehingga solusi yang dirancang lebih kontekstual dan tepat sasaran. Dengan metode ini, seluruh proses mulai dari identifikasi UMKM, sosialisasi, pelatihan, hingga evaluasi dilakukan secara kolaboratif antara tim pengabdian dan warga Desa Buko (Akbar et al., 2026).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM Desa Buko

Berdasarkan hasil survei lapangan, teridentifikasi sebanyak 26 unit UMKM yang aktif beroperasi di Desa Buko, Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak. Sebelum kegiatan pengabdian ini, tidak satu pun dari 26 unit UMKM tersebut yang telah terdaftar dalam platform Google Maps. Seluruh pelaku usaha masih mengandalkan promosi konvensional seperti informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan spanduk fisik di sekitar lokasi usaha. Usaha-usaha tersebut bergerak di berbagai sektor, di antaranya kuliner, kerajinan tangan, perdagangan umum, nelayan, dan pertanian, yang tersebar di beberapa wilayah RT dan RW dalam desa. Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi ekonomi Desa Buko cukup besar, namun belum diimbangi dengan pemanfaatan teknologi digital yang memadai untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan usaha secara lebih luas.

Hasil wawancara awal menunjukkan bahwa 82,4% pelaku UMKM belum pernah mendengar tentang Google Business Profile, sementara 17,6% pernah mendengar namun tidak mengetahui cara mendaftarkan usahanya. Kondisi ini mencerminkan rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM pedesaan, yang sejalan dengan temuan Arisandi et al. (2023) bahwa tantangan utama pemberdayaan digital UMKM pedesaan di Indonesia adalah rendahnya literasi digital.

Tahapan Kegiatan

Tahap pertama adalah survei dan identifikasi UMKM. Pada tahap ini, tim melakukan pendataan lapangan untuk mengumpulkan informasi seluruh unit UMKM yang beroperasi di Desa Buko, meliputi nama usaha, jenis usaha, lokasi, kontak pemilik, jam operasional, dan produk/jasa yang ditawarkan. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pelaku UMKM dan observasi lapangan. Pendataan ini dilakukan dengan mendatangi satu per satu lokasi usaha yang tersebar di berbagai RT dan RW di wilayah Desa Buko. Selain itu, tim juga berkoordinasi dengan perangkat desa dan ketua RT untuk memperoleh informasi awal mengenai keberadaan usaha-usaha yang belum diketahui sebelumnya, sehingga data yang diperoleh dapat lebih komprehensif dan akurat.

Tahap kedua adalah sosialisasi dan edukasi. Tim menyampaikan pentingnya digitalisasi usaha kepada para pelaku UMKM dan perangkat desa melalui forum pertemuan desa. Materi sosialisasi mencakup penjelasan tentang Google Maps, manfaat pendaftaran usaha secara online, dan cara kerja Google Business Profile dalam mendukung pemasaran digital. Kegiatan sosialisasi dilakukan dalam suasana yang interaktif, di mana peserta diberi kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi langsung mengenai pengalaman serta kekhawatiran mereka terkait penggunaan teknologi digital. Tim juga memaparkan contoh nyata keberhasilan UMKM di daerah lain yang telah memanfaatkan Google Maps, sehingga peserta dapat memiliki gambaran yang lebih konkret tentang manfaat yang dapat mereka peroleh.

Tahap ketiga adalah pelatihan dan pendampingan teknis. Tim memberikan pelatihan langsung kepada pelaku UMKM tentang cara mendaftarkan usaha di Google Maps, mengisi profil bisnis secara lengkap, mengunggah foto produk yang menarik, dan merespons ulasan pelanggan. Pendampingan dilakukan secara intensif hingga seluruh peserta mampu mengoperasikan fitur Google Business Profile secara mandiri. Pelatihan dilaksanakan dengan metode *hands-on*, yaitu setiap peserta langsung mempraktikkan langkah-langkah pendaftaran menggunakan *smartphone* masing-masing dengan bimbingan anggota tim secara perorangan. Bagi peserta yang mengalami kesulitan teknis, tim menyediakan sesi pendampingan tambahan secara khusus agar tidak ada pelaku UMKM yang tertinggal dalam proses digitalisasi ini.

Tahap keempat adalah monitoring dan evaluasi, yaitu pemantauan berkala terhadap profil UMKM yang telah terdaftar di Google Maps untuk memastikan kelengkapan, ketepatan, dan keberlanjutan data usaha. Monitoring mencakup pengecekan informasi profil, validitas lokasi, keterlihatan pada peta digital, serta interaksi awal dari pengguna seperti tayangan dan ulasan. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan wawancara untuk menilai pemahaman peserta, tingkat kemandirian dalam mengelola profil bisnis, manfaat program bagi usaha, serta kebutuhan pendampingan lanjutan. Hasil monitoring dan evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan serta penguatan keberlanjutan program (Santoso et al., 2022).

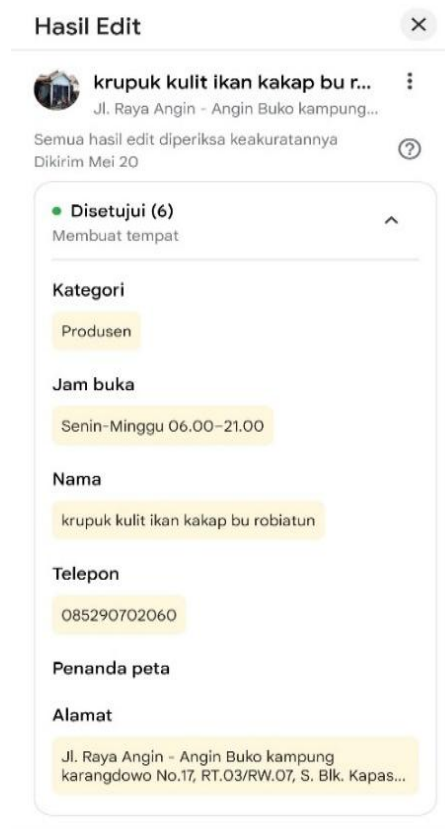
Pelaksanaan Digitalisasi Pemetaan Google Maps

Kegiatan pendaftaran UMKM ke platform Google Maps dilaksanakan dengan proses pendaftaran

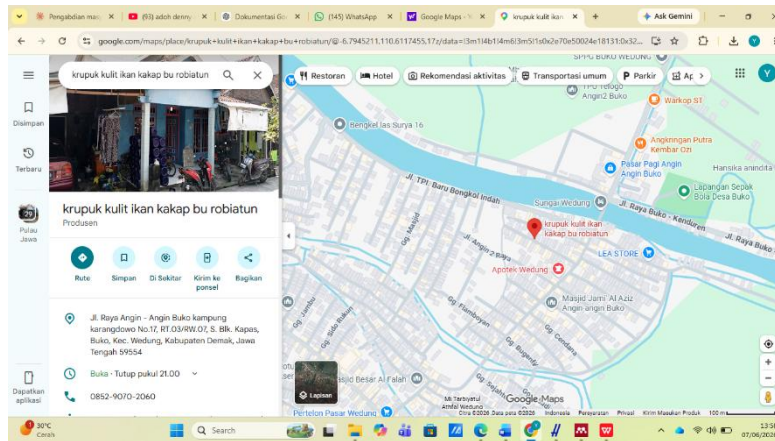
meliputi pembuatan atau penggunaan akun Google, pencarian lokasi usaha di Google Maps, klaim bisnis, pengisian profil lengkap, dan verifikasi akun untuk memastikan proses pendaftaran berjalan dengan benar. Sejumlah 26 unit UMKM berhasil didaftarkan ke platform Google Maps dalam kurun waktu tiga minggu. Profil bisnis yang dibuat mencakup: nama usaha yang jelas dan representatif, kategori usaha yang sesuai, alamat dan pin lokasi yang akurat, nomor telepon aktif, jam operasional, foto produk berkualitas (minimal 3–5 foto per UMKM), dan deskripsi singkat usaha (Pratama et al., 2025). Hasil ini sejalan dengan temuan Rahmawati et al., (2025) yang menyatakan bahwa bisnis yang terdaftar di Google Maps mengalami peningkatan visibilitas dan kepercayaan konsumen karena informasi lokasi, foto, dan ulasan dapat diakses dengan mudah. Berikut merupakan dokumentasi visual dari lokasi yang berhasil ditambahkan:



Gambar 1. Pendampingan input lokasi UMKM ke Google Maps



Gambar 2. Verifikasi lokasi UMKM oleh google



Gambar 3. Tampilan lokasi UMKM yang telah terpublikasi pada Google Maps

Fitur peta Google Maps kemudian menampilkan persebaran 26 titik lokasi UMKM di Desa Buko yang dapat diakses oleh siapa pun melalui smartphone maupun komputer. Visualisasi sebaran UMKM ini memudahkan konsumen dari luar desa untuk menemukan produk dan jasa yang mereka butuhkan (Hasibuan et al., 2026). Hal ini selaras dengan penelitian Pratama et al. (2025) tentang pemetaan digital UMKM melalui Google Maps yang memudahkan akses konsumen ke lokasi usaha secara akurat. Peta digital ini juga bermanfaat bagi pemerintah desa sebagai instrumen perencanaan pembangunan ekonomi lokal, karena memberikan gambaran spasial yang komprehensif mengenai persebaran dan keragaman jenis usaha di seluruh wilayah desa.

Dampak terhadap Branding Usaha

Penguatan branding usaha merupakan dampak yang paling dirasakan oleh para pelaku UMKM pasca pendaftaran di Google Maps (Hanum et al., 2025). Berdasarkan hasil evaluasi pascakegiatan yang dilakukan tiga minggu setelah pendaftaran, rata-rata profil bisnis UMKM di Desa Buko telah dilihat sebanyak 45–120 kali (views) per profil. Beberapa UMKM yang menjual produk kuliner khas bahkan menerima pertanyaan dari konsumen luar desa melalui fitur pesan di Google Business Profile. Capaian ini menunjukkan bahwa kehadiran di platform digital secara nyata telah membuka peluang pasar baru yang sebelumnya tidak terjangkau oleh pelaku UMKM Desa Buko.

Identitas merek usaha menjadi lebih terstruktur melalui konsistensi informasi yang ditampilkan di Google Maps. Pelaku UMKM yang sebelumnya belum memiliki nama usaha yang baku akhirnya menetapkan nama merek yang konsisten sebagai bagian dari proses pendaftaran. Temuan ini mendukung hasil penelitian Ristianawati et al. (2024) yang menyatakan bahwa pemberdayaan UMKM melalui penguatan merek dan pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, foto-foto produk yang diunggah ke Google Maps juga berfungsi sebagai portofolio visual yang memperkuat citra usaha di mata calon konsumen (Intan Adelia, Dahyuni Lubis, Amanda Fahira, Salwa Apriliza, 2026). Strategi visual ini sejalan dengan pendapat Panjalu et al. (2024) bahwa pemasaran digital untuk branding harus mencakup strategi konten visual yang menarik dan representatif. Pendaftaran Google Maps juga memberikan legitimasi digital kepada UMKM, sehingga usaha mereka terkesan lebih profesional dan terpercaya di mata konsumen (Julia et al., 2025).

Peningkatan Kapasitas Digital Pelaku UMKM

Pasca pelatihan, sebanyak 91,2% pelaku UMKM (31 dari 34 orang) mampu mengoperasikan fitur dasar Google Business Profile secara mandiri, termasuk memperbarui informasi bisnis, mengunggah foto baru, dan merespons ulasan pelanggan. Tiga pelaku UMKM yang belum sepenuhnya mandiri adalah kelompok usia lanjut (di atas 55 tahun) yang memerlukan pendampingan tambahan. Untuk mereka, tim menyusun panduan penggunaan Google Business Profile dalam format sederhana dan mudah dipahami agar dapat digunakan sebagai referensi secara mandiri di kemudian hari. Tingginya persentase kemandirian digital ini menunjukkan bahwa metode pelatihan hands-on yang diterapkan cukup efektif dalam mentransfer keterampilan teknis kepada pelaku UMKM dari berbagai latar belakang usia dan pendidikan.

Peningkatan kapasitas digital ini merupakan capaian penting jangka panjang dari program ini. Pelaku UMKM yang melek digital akan lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan lebih siap mengadopsi platform digital lainnya seperti media sosial dan marketplace online (Azizah et al., 2025). Temuan ini selaras dengan Arisandi et al. (2023) yang menyatakan bahwa pemberdayaan literasi digital bagi UMKM pedesaan merupakan fondasi penting bagi transformasi ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Program digitalisasi pemetaan ini juga mendorong kolaborasi antara pelaku UMKM dengan pemerintah desa dalam mengelola data potensi ekonomi desa secara digital (Nilam et al., 2025). Pemerintah Desa Buko menyatakan komitmennya untuk menjadikan peta digital UMKM ini sebagai bagian dari profil desa yang dipublikasikan secara resmi guna menarik investor dan wisatawan potensial. Ke depan, sinergi antara UMKM, pemerintah desa, dan perguruan tinggi diharapkan dapat terus diperkuat agar ekosistem ekonomi digital desa terus berkembang secara berkelanjutan dan inklusif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa digitalisasi pemetaan UMKM berbasis Google Maps di Desa Buko, Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak telah berhasil dilaksanakan dengan menggunakan metode Participatory Rural Appraisal (PRA) yang melibatkan partisipasi aktif seluruh pemangku kepentingan desa. Sejumlah 26 unit UMKM di Desa Buko berhasil didaftarkan ke platform Google Maps dengan profil bisnis yang lengkap dan informatif, sehingga usaha-usaha lokal tersebut kini dapat ditemukan dengan mudah oleh konsumen dari berbagai wilayah. Sebanyak 91,2% pelaku UMKM mampu mengoperasikan fitur Google Business Profile secara mandiri pasca pelatihan, yang menunjukkan keberhasilan transfer keterampilan digital melalui pendekatan hands-on yang diterapkan. Digitalisasi pemetaan Google Maps terbukti meningkatkan visibilitas, aksesibilitas konsumen, dan memperkuat branding usaha lokal di ruang digital, sekaligus memberikan legitimasi digital bagi setiap pelaku UMKM yang terlibat. Program ini juga berkontribusi pada penguatan ekosistem ekonomi Desa Buko berbasis teknologi informasi dan mendorong kolaborasi antara pelaku UMKM dan pemerintah desa dalam pengelolaan data ekonomi digital yang lebih terstruktur dan transparan.

Saran

Berdasarkan hasil dan temuan di lapangan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah: (1) Pemerintah Desa Buko perlu membentuk tim relawan digital desa yang bertugas membantu pelaku UMKM dalam memelihara profil Google Maps secara berkelanjutan; (2) Program serupa perlu dikembangkan dengan menambahkan pelatihan pemasaran media sosial dan pembuatan konten kreatif untuk UMKM; (3) Perguruan tinggi perlu memperluas jangkauan program pengabdian sejenis ke desa-desa lain di Kecamatan Wedung dan sekitarnya; dan (4) Pemerintah daerah Kabupaten Demak perlu mengintegrasikan peta digital UMKM desa ke dalam sistem informasi daerah sebagai bagian dari kebijakan pengembangan ekonomi digital pedesaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Buko beserta seluruh perangkat desa yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan program pengabdian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pelaku UMKM Desa Buko yang dengan antusias berpartisipasi dalam setiap tahapan kegiatan. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga kami haturkan kepada Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang atas dukungan kelembagaan yang diberikan, serta kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta Dekan yang telah memberikan izin dan dorongan bagi terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) UIN Walisongo Semarang yang telah memfasilitasi penyelenggaraan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Posko 17 ini, serta kepada Dosen Pembimbing Lapangan yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama pelaksanaan KKN di Desa Buko, Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M., Setiawan, W. K., Pramesti, P., Tyas, H., & Jesseniako, R. (2026). Pemberdayaan UMKM melalui Pemetaan Digital dan Legalitas Usaha di Desa Gedangan. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 422–428. <https://doi.org/10.54951/comsep.v7i2.1316>

- Andini Dwi Ramadhani, R. S. (2025). Edukasi Pemanfaatan Google Maps Bagi Pelaku UMKM Di Desa Suka Ndebi Guna Mendukung Ekonomi Digital. *AL BUYU': Jurnal Hukum Ekonomi Syar'ah*, 1(2), 1–11. <https://ejournalstisnuaceh.com/index.php/JIL>
- Arisandi, D., Maulana, H., & Syahputra, R. (2023). Digital literacy empowerment for rural MSMEs in Indonesia: Challenges and opportunities. *Journal of Rural Development*, 5(2), 112–129. <https://journalshub.org/index.php/JUMBIKU/article/view/6308>
- Azizah, A. R., Aprilia, P., Rahman, L. M., & Setiawan, A. (2025). Digitalisasi Marketing Umkm Melalui Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Nusantara*, 1(1), 35–44. <https://journalweb.org/ojs/index.php/brilliantociety/index>
- Fauzan, H., Mawaddah, I., Abdilla, T. M. F., Novita, D., & Syam, S. (2026). Pemanfaatan Teknologi Digital Google Maps Dan Media Sosial Dalam Pengembangan Umkm Desa Bukit Mas. *Sabangka Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 5(01), 737–745. <https://doi.org/https://doi.org/10.62668/sabangka.v5i01.2018>
- Hanum, A., Parulian, U., & Husna, T. A. (2025). Penguatan Branding UMKM Desa Melalui Digitalisasi Pemetaan Google Maps Pada Program KKN. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1918–1925. <https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/edusociety%0APenguatan>
- Hasibuan, E. R., Adam, D. H., Hasibuan, L. R., & Syahputra, R. (2026). Penguatan Pemasaran Digitalisasi UMKM Melalui Integrasi Google Maps Dan Marketplace. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 271–277. <https://doi.org/10.54951/comsep.v7i2.1333>
- Intan Adelia, Dahyuni Lubis, Amanda Fahira, Salwa Apriliza, N. (2026). Pemanfaatan Aplikasi Google Maps Sebagai Upaya Optimalisasi Pemasaran Umkm Di Desa Huta Bahtangan, Nagori Mekar Sari Raya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, 5(1), 193–201.
- Julia, L. L., Rismawati, W., Rengganis, S. Y., & Zidnal, A. (2025). *Menghubungkan UMKM Dengan Pelanggan : Inovasi Melalui Google Maps Dan Identitas Visual*. 3089–3747.
- Meisarah, H., Mulyana, S., Wulandari, W., Anazra, D., & Samsudin, S. (2025). Digitalisasi UMKM Desa Timbang Lawan Melalui Pemetaan Usaha di Google Maps sebagai Strategi Peningkatan Visibilitas dan Aksesibilitas Konsumen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 4(06), 1265–1277. <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/sabangkaabdimas/article/view/1901>
- Muhammad Zaenal Abidin, Siti Khoiriyah, Muhamad Zakariya, S. (2026). Digitalisasi Identitas UMKM Desa Sukorejo: Pembuatan Logo dan Integrasi Google Maps sebagai Strategi Branding Lokal. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 282–290. <https://doi.org/10.24036/abdi.v8i1.1772>
- Nilam, P., Husein, I., Aisyah, N., Nurmala, A., & Kirani, U. (2025). Pendampingan UMKM dalam Pembuatan dan Pendaftaran Lokasi Bisnis di Google Maps pada Desa Bangun Purba. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 112–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.25134/jise.v4i3.175>
- Nova, S., Harahap, R., Hapshani, N. F., & Fadil, M. (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>
- Panjalu, J. F., Muslikhah, R. S., & Utami, T. L. W. (2024). Pemasaran Digital untuk Branding dalam Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Informatika Komputer, Bisnis Dan Manajemen*, 22(1), 69–79. <https://joecy.org/index.php/joecy/article/view/7347>
- Pratama, R. A., Putra, D. D. D., Maldini, D., & Lestari, H. (2025). Pemetaan Digital UMKM, Fasilitas Umum, dan Instansi Pemerintah Desa Bandar Melalui Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*. <https://bhinnekapublishing.com/ojsbp/index.php/Jpmb/article/view/352>
- Pratama, R. A., Dehan, D., Putra, D., & Maldini, D. (2025). Pemetaan Digital UMKM , Fasilitas Umum , dan Instansi Pemerintah Desa Bandar Melalui Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 1151–1157. <https://doi.org/https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.352>
- Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., & Naasyiroh, R. I. (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.
- Ristianawati, Y., Yuswono, I., Turmudhi, A., Salim, N., & Praptitorini, M. D. (2024). Pemberdayaan

- UMKM Desa Pagak melalui Penguatan Merek dan Pemasaran Digital. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 6(4), 1973–1984.
<https://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPM/article/view/5172>
- Santoso, A. B., Permana, I., Zusrony, E., & Dewi, M. U. (2022). Implementasi Aplikasi digitalisasi Produk UMKM dengan E- Katalog dan GIS secara terpadu untuk Pemetaan dan optimasi penjualan. *Jurnal Ilmiah Elektronika Dan Komputer*, 15(2), 383–392.
<http://journal.stekom.ac.id/index.php/elkom>
- Statistik, B. P. (2023). *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah 2023*. <https://www.bps.go.id>