

PENDAMPINGAN DAN EDUKASI DIGITALISASI UMKM : OPTIMALISASI PENDAFTARAN BISNIS PADA GOOLE MAPS DI DESA JATI BARU

Fitri Farida¹, Saddam Hardian Putra¹, Annisa Eka Salsabilah^{1*},
Anisa Iswatun Rahmi¹, Sopia Khairani¹, Maizal Efendi¹, Vlorina Putri Saydina¹,
Muhammad Rian Agus Putra¹, Ibrahim Al Hakim Lubis¹, Rizka¹, Melita²,
Juardi Kurniawan², Nadhifa Seruni Ramadhani Al Adn³

¹Universitas Muhammadiyah Riau

²Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung

³Universitas PKU Muhammadiyah Surakarta

*Email: annisaekasalsabilah@gmail.com

Article history

Received : 10/11/2025

Revised : 30/12/2025

Accepted : 30/12/2025

Published: 31/12/2025

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan edukasi kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Jati Baru mengenai optimalisasi pendaftaran bisnis pada platform Google Maps sebagai bagian dari digitalisasi UMKM. Di desa tersebut terdapat sekitar lebih kurang 50 UMKM, namun hanya sekitar 20% yang sudah terdaftar di Google Maps, sementara sisanya belum melakukan pendaftaran. Metode pelaksanaan dilakukan melalui kunjungan langsung dan edukasi kepada pelaku UMKM dengan pendekatan wawancara dan pelatihan singkat terkait manfaat serta mekanisme pendaftaran di Google Maps. Faktor utama penghambat adopsi digital adalah usia pemilik yang relatif lanjut dan kurangnya pemahaman terhadap dunia digital. Pelaku UMKM yang telah terdaftar merasakan manfaat berupa akses pasar yang lebih luas. Hasil ini menunjukkan perlunya literasi digital dan pendampingan berkelanjutan guna mendorong partisipasi UMKM dalam pendaftaran digital.

Kata kunci: UMKM, Google Maps, Digitalisasi, Promosi, Literasi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak yang signifikan di berbagai sektor, salah satunya sektor ekonomi. Perkembangan ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi pelaku usaha untuk tumbuh lebih inovatif, meningkatkan daya saing, serta memperluas jangkauan pasar, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan jenis usaha yang dimiliki oleh perorangan maupun kelompok. Selain itu, UMKM juga menjadi jenis usaha yang paling banyak dijalankan oleh masyarakat saat ini, karena keberadaannya mampu membuka peluang usaha baru dan berkontribusi dalam mengurangi tingkat pengangguran. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM dikategorikan ke dalam tiga kelompok berdasarkan aset, omzet, dan jumlah karyawan (Munthe et al., 2023). Meskipun perkembangan teknologi digital membawa banyak peluang, pada kenyataannya sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam memanfaatkannya. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman memadai mengenai pentingnya digitalisasi, termasuk penggunaan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Rendahnya literasi digital menyebabkan sebagian UMKM masih

mengandalkan metode promosi konvensional dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasar terbatas (Irianto et al., 2025). Selain itu, keterbatasan sumber daya, baik dari segi kemampuan mengoperasikan teknologi maupun akses terhadap pelatihan, menjadi hambatan utama. Sebagian pelaku UMKM juga merasa kesulitan dalam mengelola akun bisnis digital seperti Google Maps, karena dianggap rumit dan memerlukan waktu tambahan. Faktor lain yang sering muncul adalah kurangnya kesadaran bahwa keberadaan UMKM di platform digital dapat meningkatkan visibilitas usaha serta memperluas jaringan konsumen (Rochmawati et al., 2025).

Dalam era digital saat ini, keberadaan UMKM di platform online menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah mendaftarkan usaha pada Google Maps (Sifwah et al., 2024). Google Maps bukan hanya berfungsi sebagai peta digital, tetapi juga menjadi media promosi yang efektif karena memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha dengan cepat dan akurat. Dengan terdaptarnya UMKM di Google Maps, informasi penting seperti alamat, jam operasional, foto produk, hingga ulasan pelanggan dapat diakses oleh calon konsumen secara luas.

Bagi UMKM, hal ini memberikan keuntungan dalam meningkatkan visibilitas usaha tanpa memerlukan biaya besar. Konsumen yang mencari produk atau layanan tertentu di wilayah sekitar dapat langsung menemukan UMKM yang terdaftar, sehingga peluang terjadinya transaksi semakin tinggi. Dengan demikian, pendaftaran UMKM pada Google Maps bukan sekadar opsi tambahan, melainkan sebuah kebutuhan penting agar UMKM mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif (Karomah & Mirza, 2025). Namun, belum semua UMKM dapat merasakan hal tersebut, salah satu contohnya yang terjadi di Desa Jati Baru. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh KKN MAs Kelompok 27 di Desa Jati Baru, Kabupaten Siak Provinsi Riau, dari 20 UMKM yang ditemui, hanya 5% yang sudah terdaftar di Google Maps. Rendahnya tingkat kesadaran tersebut, diakibatkan karena keterbatasan kemampuan menggunakan smartphone terutama bagi pelaku usaha yang usia lanjut.

Melihat realitas yang ada, para pelaku UMKM membutuhkan dukungan berupa pendampingan dan edukasi agar lebih terbiasa memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi usaha. Sosialisasi yang diberikan secara langsung dapat membantu mengurangi keraguan, memberikan wawasan mengenai pentingnya Google Maps, sekaligus menumbuhkan kepercayaan bahwa platform ini mampu menunjang pengembangan usaha. Lebih jauh, pendampingan yang dilakukan secara berkesinambungan akan membuat UMKM tidak hanya sekadar mengenal Google Maps, tetapi juga dapat menggunakannya secara optimal dalam memperluas pasar.

Sebagai bentuk implementasi pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini difokuskan pada pemberian edukasi serta pendampingan bagi pelaku UMKM di Desa Jati Baru dalam memanfaatkan Google Maps. Upaya

ini tidak hanya diarahkan pada pengenalan fitur dan tata cara pendaftaran usaha, tetapi juga pada identifikasi hambatan yang dihadapi UMKM serta penggalan pengalaman dari mereka yang telah merasakan manfaatnya. Dengan cara ini, UMKM Desa Jati Baru diharapkan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan digital, memperluas jangkauan konsumen, serta meningkatkan profesionalisme dalam mengelola usaha.

Tujuan diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu pelaku UMKM Desa Jati Baru dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan terkait pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi usaha. Melalui pendampingan dan edukasi, kegiatan ini bertujuan memperkenalkan pentingnya keberadaan UMKM di Google Maps agar usaha mereka lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Selain itu, pengabdian ini juga dimaksudkan untuk membiasakan pelaku UMKM menggunakan Google Maps secara berkelanjutan sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan jumlah pelanggan, dan memperkuat daya saing. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan UMKM di Desa Jati Baru mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, mengoptimalkan potensi lokal, serta membangun kemandirian usaha yang lebih profesional.

METODE

Dilakukan kunjungan langsung ke lokasi UMKM yang ada di Desa Jati Baru, Siak. Sebanyak 20 UMKM dipilih sebagai sasaran kegiatan. Tahapan kegiatan meliputi:

1. Observasi ke Lapangan, KKN MAs Kelompok 27 melakukan kunjungan langsung ke 20 UMKM di Desa Jati Baru untuk melihat secara langsung kondisi usaha dan promosi digitalisasi apa saja yang sudah diterapkan.
2. Wawancara, dilakukan kepada pelaku UMKM mengenai kesediaan mereka untuk mendaftarkan usaha ke Google Maps.
3. Edukasi Langsung Pada saat kunjungan, KKN MAs Kelompok 27 memberikan penjelasan singkat mengenai promosi digitalisasi, mulai dari manfaat, cara kerja, keuntungan serta kerugian yang didapat.
4. Pendampingan Awal Bagi UMKM yang bersedia, KKN MAs Kelompok 27 mendampingi proses pendaftaran Bisnis ke Google Maps melalui aplikasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

DOCUMENTATION



Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Jati Baru mendapatkan respons yang sangat baik dari para pelaku UMKM. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa sebagian besar UMKM di desa tersebut belum memanfaatkan Google Maps sebagai media promosi. Dari sekitar 20 UMKM yang menjadi sasaran kegiatan, hanya sebagian kecil yang sebelumnya pernah mendengar tentang manfaat Google Maps, namun tidak memahami secara rinci bagaimana cara melakukan pendaftaran usaha pada platform tersebut. Hal ini menunjukkan masih rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, terutama bagi mereka yang berasal dari kelompok usia lanjut.

Kondisi ini juga diperkuat dengan temuan bahwa sebagian besar UMKM masih mengandalkan metode promosi tradisional, seperti pemasangan spanduk di sekitar lokasi usaha, rekomendasi dari pelanggan lama, serta penyebaran informasi secara lisan. Cara-cara tersebut memang masih digunakan secara luas di masyarakat, tetapi memiliki keterbatasan jangkauan dan tidak mampu menjangkau konsumen baru di luar lingkup lokal. Akibatnya, produk dan jasa yang ditawarkan UMKM menjadi kurang dikenal secara luas meskipun kualitasnya baik dan potensial untuk dikembangkan.

Melalui kegiatan edukasi yang dilakukan secara langsung, tim pengabdian memberikan pemahaman mengenai pentingnya kehadiran UMKM di platform digital, khususnya Google Maps. Edukasi meliputi penjelasan tentang manfaat pendaftaran, langkah-langkah teknis pembuatan akun bisnis, serta bagaimana konsumen dapat menemukan informasi usaha dengan lebih mudah. Pemaparan tersebut diperkuat dengan contoh nyata UMKM yang telah terdaftar di Google Maps dan berhasil meningkatkan jumlah pelanggan. Dengan pendekatan tersebut, pelaku UMKM menjadi lebih termotivasi dan antusias untuk mendaftarkan usaha mereka.

Selama proses pendampingan, ditemukan bahwa kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan kemampuan dalam menggunakan smartphone, terutama pada pelaku usaha dengan usia lebih lanjut. Namun, kendala tersebut dapat diatasi melalui praktik langsung dengan bimbingan intensif dari tim. Setiap UMKM yang dikunjungi didampingi secara bertahap dalam proses pendaftaran, mulai dari pembuatan akun, pengisian informasi bisnis (nama usaha, alamat lengkap, jam operasional, nomor telepon, kategori usaha, serta foto produk atau tempat usaha), hingga proses verifikasi lokasi. Dengan demikian, pelaku UMKM tidak hanya memahami konsepnya, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis dalam penggunaan Google Maps.

Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini cukup signifikan. Seluruh UMKM yang menjadi sasaran kegiatan menyatakan kesediaannya untuk mendaftarkan usaha mereka di Google Maps, bahkan beberapa di antaranya mengajukan pertanyaan lanjutan mengenai cara mengoptimalkan profil bisnis agar terlihat lebih menarik. Hal ini menunjukkan adanya perubahan sikap yang positif terhadap pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, pelaku UMKM juga menyadari bahwa keberadaan usaha mereka di Google Maps dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, karena calon pembeli dapat melihat ulasan pelanggan sebelumnya, foto produk, hingga lokasi usaha dengan jelas.

Kegiatan ini juga memberikan dampak tambahan berupa meningkatnya kesadaran akan pentingnya digitalisasi secara lebih luas. Beberapa pelaku UMKM menyampaikan ketertarikan untuk mempelajari bentuk-bentuk digital marketing lainnya, seperti penggunaan media sosial dan marketplace online, setelah melihat manfaat langsung dari Google Maps. Dengan demikian, kegiatan ini bukan hanya berhasil mendaftarkan seluruh UMKM ke Google Maps, tetapi juga menumbuhkan motivasi baru bagi pelaku usaha untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai tujuannya. Semua UMKM yang dikunjungi telah berhasil didaftarkan ke Google Maps dengan pendampingan langsung dari tim. Hasil ini membuktikan bahwa intervensi berupa edukasi dan pendampingan lapangan efektif untuk mengurangi hambatan literasi digital, meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha, serta memperluas jaringan pemasaran UMKM. Dalam jangka panjang, keberadaan UMKM di Google Maps diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mendukung kemandirian ekonomi masyarakat Desa Jati Baru.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Jati Baru menunjukkan hasil yang sangat positif. Seluruh UMKM yang menjadi sasaran kegiatan bersedia dan berhasil didaftarkan ke Google Maps melalui proses pendampingan langsung. Sebelumnya, sebagian besar pelaku usaha masih terbatas pada promosi konvensional dengan jangkauan yang sempit. Melalui edukasi yang diberikan, mereka memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya digitalisasi, khususnya penggunaan Google Maps sebagai media promosi yang efektif, murah, dan mudah diakses.

Pendampingan yang dilakukan tidak hanya membantu pelaku UMKM mengenal cara pendaftaran usaha di Google Maps, tetapi juga memberikan pengalaman praktik langsung dalam mengelola akun bisnis digital. Faktor hambatan seperti keterbatasan literasi digital dan kesulitan penggunaan smartphone dapat diatasi melalui bimbingan intensif selama kegiatan berlangsung. Dampak lain yang dirasakan adalah tumbuhnya kesadaran serta motivasi untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi, bahkan sebagian UMKM menunjukkan ketertarikan untuk mengembangkan promosi digital melalui media lain.

Dengan demikian, kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing usaha. Keberadaan UMKM Desa Jati Baru di Google Maps diharapkan dapat menjadi langkah awal menuju kemandirian ekonomi berbasis digital, sekaligus menjadi contoh bagi desa lain dalam mengoptimalkan potensi lokal melalui pemanfaatan teknologi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Irianto, S. Y., Saleh, S., & Hakim, L. (2025). Penguatan Literasi Digital bagi Pelaku UMKM di Pedesaan : Studi Kasus UMKM Koowe di Kabupaten Lampung Selatan. 3(2), 86–95.
- Karomah, S., & Mirza, F. (2025). Page | 85. 5(Juli), 85–94.
<https://doi.org/10.52436/1.jpmi.494.4>

- Munthe, A., M. Yarham, & Ridwana Siregar. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.321>
- Rochmawati, T., Christya Rahayu, H., & Aini, Y. (2025). Peran Platform Digital Sebagai Sarana Pembangunan Ekosistem Dalam Membangun UMKM Rokan Hulu. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 18(1), 148–156.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., Latifah, R. N., Program, S., Manajemen, F., Ekonomi, D., Bisnis, U., Pamulang, K. T., Selatan, P., & Banten, I. (2024). MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production E-Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Mudrika Aqillah Sifwah*, 2(1), 109–118. <http://rayyanjurnal.com/index.php/mantap/article/view/1592>