



PENDAMPINGAN PENDAFTARAN GOOGLE MAPS BAGI UMKM DAN PENGRAJIN LOKAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEMUDAHAN AKSES INFORMASI USAHA DI DESA BERO

Nabila Aulia Syifa^{1*}, Nur Azizah Windiaratri², Suci Nur Riski Sari³, Aqila Nura Insani⁴, Nur Aini Halimah Wijayati Ayuningtyas⁵, Dwi Anna Muyassarroh⁶, Mandariyah Farhani⁷, Afita Atmaja Salsabila⁸, Hanan Rahkmawati⁹, Muhammad Hisnun Najib¹⁰, Muhammad Shandy Rino Rasendra¹¹
¹⁻¹¹Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Sukoharjo, Indonesia

RIWAYAT ARTIKEL

Diterima:

01-08-2026

Disetujui:

04-08-2026

Dipublikasi:

06-08-2026

Kata Kunci:

*Google Maps; UMKM;
Digitalisasi*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan aksesibilitas informasi usaha melalui berbagai platform digital. Namun, sebagian besar UMKM dan pengrajin lokal di Desa Bero belum memiliki lokasi usaha yang terdaftar pada Google Maps sehingga menyulitkan konsumen dalam memperoleh informasi dan menemukan lokasi usaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pendampingan pendaftaran Google Maps melalui Google Business Profile untuk meningkatkan kemudahan akses informasi usaha sekaligus memperkuat literasi digital pelaku UMKM. Metode yang digunakan adalah metode partisipatif dan aplikatif yang meliputi observasi, pendataan, wawancara, sosialisasi, serta pendampingan secara langsung dalam proses pembuatan dan verifikasi profil usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan jumlah UMKM yang terdaftar pada Google Maps dari 4 menjadi 21 usaha. Selain itu, setiap profil usaha telah dilengkapi dengan informasi alamat, jam operasional, nomor kontak, dan foto produk sehingga meningkatkan visibilitas usaha, memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha, serta mendukung promosi melalui Google Maps, TikTok, dan Instagram. Kegiatan ini juga meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam mengelola profil usahanya secara mandiri. Dengan demikian, pendampingan pendaftaran Google Maps terbukti efektif dalam meningkatkan aksesibilitas informasi usaha sekaligus memperkuat daya saing UMKM dan pengrajin lokal di Desa Bero pada era digital.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan ekonomi daerah. Oleh karena itu, keberlanjutan UMKM menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pelaku UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan transformasi digital agar tetap memiliki daya saing di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif. Digitalisasi melalui pemanfaatan teknologi memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperkuat citra usaha secara berkelanjutan.

Salah satu bentuk transformasi digital yang mudah diterapkan oleh pelaku usaha adalah pemanfaatan Google Maps melalui Google Business Profile. Keberadaan lokasi usaha yang terdaftar pada Google Maps memudahkan konsumen menemukan alamat usaha secara cepat dan akurat. Selain berfungsi sebagai penunjuk lokasi, Google Maps juga memungkinkan pelaku usaha menampilkan informasi berupa jam operasional, nomor telepon, foto produk, dan ulasan pelanggan sehingga mampu meningkatkan visibilitas usaha di ruang digital. Hasil kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps dapat meningkatkan aksesibilitas informasi usaha sekaligus memperluas potensi pasar bagi UMKM (Aulia et al., 2026).

Meskipun demikian, sebagian besar UMKM di wilayah pedesaan masih mengandalkan promosi secara konvensional melalui pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan langsung. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran menjadi terbatas karena informasi mengenai lokasi usaha belum dapat diakses secara luas oleh masyarakat (Rajabasa et al., 2025). Selain itu, masih banyak pelaku usaha yang belum memiliki lokasi usaha yang terdaftar pada Google Maps akibat rendahnya literasi digital serta minimnya pendampingan dalam pemanfaatan Google Business Profile.

Berdasarkan hasil observasi di Desa Bero, sebagian besar UMKM dan pengrajin lokal belum memiliki lokasi usaha yang terdaftar pada Google Maps sehingga masyarakat mengalami kesulitan memperoleh informasi mengenai alamat maupun produk yang ditawarkan. Kondisi serupa juga ditemukan pada berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya yang menunjukkan bahwa belum tersedianya lokasi usaha pada platform digital menyebabkan usaha sulit ditemukan oleh calon konsumen (Fadilla et al., 2023). Akibatnya, peluang perluasan pasar belum dapat dimanfaatkan secara optimal meskipun produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan secara langsung agar pelaku usaha mampu memanfaatkan Google Maps sebagai media penyedia informasi usaha sekaligus sarana promosi digital (Nomak & Airawaty, 2026).

Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pendampingan kepada UMKM dan pengrajin lokal dalam proses pendaftaran Google Maps, mulai dari pembuatan Google Business Profile, pengisian identitas usaha, hingga verifikasi lokasi usaha. Pendampingan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kemudahan akses informasi usaha bagi masyarakat sekaligus memperluas jangkauan promosi pelaku usaha (Azizah et al., 2025). Selain meningkatkan visibilitas usaha, kegiatan ini juga bertujuan memperkuat literasi digital pelaku UMKM sehingga mereka mampu mengelola profil usahanya secara mandiri setelah kegiatan berakhir.

Urgensi kegiatan ini didasarkan pada perubahan perilaku masyarakat yang semakin memanfaatkan platform digital untuk mencari informasi usaha sebelum melakukan transaksi. Keberadaan usaha pada Google Maps menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan aksesibilitas informasi sekaligus memperkuat daya saing UMKM pada era digital. Keberuan kegiatan ini terletak pada sasaran pendampingan yang tidak hanya ditujukan kepada UMKM, tetapi juga kepada pengrajin lokal sebagai bagian dari potensi ekonomi kreatif desa. Berbeda dengan kegiatan pengabdian sebelumnya yang lebih menitikberatkan pada integrasi Google Maps dengan media sosial atau penguatan branding produk, kegiatan ini memfokuskan pendampingan pada proses pendaftaran, verifikasi, serta pengelolaan Google Business Profile sebagai upaya meningkatkan kemudahan akses informasi usaha dan kemandirian digital pelaku UMKM serta pengrajin lokal di Desa Bero.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Bero dengan menggunakan metode partisipatif dan aplikatif yang menempatkan pelaku UMKM

serta pengrajin lokal sebagai mitra utama dalam setiap tahapan kegiatan (Munawanah et al., 2026). Pendekatan ini dipilih agar proses pendampingan dapat disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan pelaku usaha di lapangan.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi terhadap UMKM dan pengrajin lokal untuk mengidentifikasi jenis usaha, kondisi awal, serta tingkat pemanfaatan platform digital dalam mendukung kegiatan usaha. Tahap berikutnya adalah pendataan dan wawancara guna memperoleh informasi mengenai aksesibilitas usaha, kendala yang dihadapi, serta kebutuhan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi.

Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis untuk mengidentifikasi permasalahan utama dan menentukan bentuk pendampingan yang sesuai. Berdasarkan hasil analisis tersebut, tim melaksanakan edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya digital marketing serta pemanfaatan Google Business Profile sebagai media penyedia informasi usaha dan promosi digital.

Tahap selanjutnya berupa pendampingan implementasi platform digital, yang meliputi pembuatan dan pengelolaan Google Business Profile, pengisian identitas usaha, penambahan alamat, jam operasional, nomor kontak, foto produk, hingga proses verifikasi lokasi usaha pada Google Maps. Selain itu, pelaku UMKM juga diberikan pendampingan dalam pemanfaatan media sosial, seperti TikTok dan Instagram, sebagai media pendukung promosi produk.

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui ketercapaian tujuan pendampingan. Indikator evaluasi meliputi keberhasilan UMKM terdaftar dan terverifikasi pada Google Maps, kelengkapan informasi profil usaha, kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola profil usaha secara mandiri, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Seluruh rangkaian kegiatan didokumentasikan sebagai bagian dari pelaporan pelaksanaan program pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan pendaftaran Google Maps bagi UMKM dan pengrajin lokal di Desa Bero telah terlaksana sesuai dengan tahapan yang direncanakan. Pendampingan difokuskan pada pembuatan dan verifikasi Google Business Profile sebagai upaya meningkatkan aksesibilitas informasi usaha serta memperluas media promosi digital bagi pelaku UMKM. Perubahan kondisi UMKM sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi UMKM Sebelum dan Sesudah Pendampingan

No	Kondisi	Sebelum Pendampingan
1	Jumlah UMKM terdaftar	4 UMKM
2	Aksesibilitas konsumen	Dikenal oleh masyarakat sekitar
3	Media promosi	Promosi dari mulut ke mulut
4	Visibilitas usaha	Sedang
5	Literasi digital pelaku UMKM	Sedang

Berdasarkan Tabel 1, kegiatan pendampingan memberikan perubahan yang cukup nyata terhadap pemanfaatan media digital oleh pelaku UMKM di Desa Bero. Jumlah usaha yang terdaftar pada Google Maps meningkat dari empat menjadi dua puluh satu usaha. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan mampu mendorong pelaku UMKM untuk mulai memanfaatkan platform digital sebagai media penyedia informasi usaha. Selain itu, setiap profil usaha telah dilengkapi dengan informasi penting, seperti alamat, kategori usaha, jam operasional, nomor kontak, dan foto produk sehingga informasi usaha menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat. Kelengkapan informasi tersebut tidak hanya memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, tetapi juga memberikan gambaran awal mengenai produk dan layanan yang ditawarkan oleh masing-masing pelaku usaha.

Pelaku UMKM juga menyampaikan bahwa keberadaan lokasi usaha pada Google Maps memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha yang sebelumnya hanya dikenal oleh masyarakat sekitar. Selain mempermudah pencarian lokasi, informasi kontak yang tersedia pada profil usaha memungkinkan konsumen berkomunikasi secara langsung dengan pemilik usaha sebelum melakukan pembelian. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Business Profile tidak hanya meningkatkan aksesibilitas informasi, tetapi juga mendukung komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen. Kemudahan memperoleh informasi usaha diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar karena calon konsumen dari luar wilayah desa memiliki akses yang lebih mudah untuk menemukan lokasi usaha melalui pencarian digital.

Pendampingan yang dilakukan turut meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi. Setelah proses pendampingan, pelaku usaha telah mampu melengkapi informasi profil usahanya serta memahami cara memperbarui data usaha secara mandiri. Peningkatan kemampuan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya menghasilkan keluaran berupa bertambahnya jumlah UMKM yang terdaftar pada Google Maps, tetapi juga memberikan penguatan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola identitas digital usahanya. Kemampuan tersebut menjadi modal penting bagi pelaku UMKM untuk menjaga keberlanjutan pemanfaatan Google Maps sebagai media informasi usaha setelah kegiatan pendampingan berakhir.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan pendaftaran Google Maps memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dan pengrajin lokal di Desa Bero, baik dalam meningkatkan aksesibilitas informasi usaha, memperkuat visibilitas usaha di ruang digital, maupun memperluas peluang promosi melalui platform digital. Temuan ini sejalan dengan berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps mampu meningkatkan kemudahan akses informasi usaha sekaligus mendukung penguatan promosi digital bagi UMKM (Aulia et al., 2026; Fadilla et al., 2023; Nomak & Airawaty, 2026). Dengan demikian, pendampingan pendaftaran Google Maps dapat menjadi salah satu bentuk intervensi sederhana yang relevan untuk mendukung transformasi digital UMKM, khususnya bagi pelaku usaha di wilayah pedesaan yang masih memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi informasi.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pendaftaran Google Maps bagi UMKM dan pengrajin lokal di Desa Bero berhasil meningkatkan aksesibilitas informasi usaha melalui pemanfaatan Google Business Profile. Program ini tidak hanya meningkatkan jumlah UMKM yang terdaftar pada Google Maps, tetapi juga memperkuat visibilitas usaha serta meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam mengelola profil usahanya secara mandiri. Dengan demikian, pemanfaatan Google Maps dapat menjadi salah satu alternatif media digital yang mendukung promosi dan memperluas akses informasi usaha bagi UMKM di Desa Bero.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pelaku UMKM dan pengrajin lokal di Desa Bero yang telah berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan dan penyusunan artikel ini dapat terlaksana dengan baik.

DEKLARASI KONFLIK KEPENTINGAN

Tim penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan maupun penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Aulia, D., Saragih, L., Rambe, Y., Salim, Z., & Marzuki. (2026). Digitalisasi UMKM melalui pendaftaran titik lokasi usaha pada Google Maps. *Jurnal BUDIMAS*, 8(1), 1–9.
- Azizah, H., Parulian, U., Lismawarni, L., Husna, T. A., & Andriani, P. (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), 1918–1924. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i2.1655>
- Fadilla, D. O., Kurniawan, R. A., Anindya, I. B., Hariwicaksana, Rashida, F. A., Nurrul, P. H. M., Maulana, M. H. A., & Billah, M. (2023). Pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai upaya branding UMKM di Desa Kebondalem oleh mahasiswa KKN-T UPN "Veteran" Jawa Timur. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 130–135.
- Munawanah, N., Adilla, D. S., Fauziyah, I., & Suryokencono, P. (2026). Pendampingan digitalisasi UMKM melalui pendaftaran Google Maps di Desa Sabrang, Kabupaten Jember. *Mujtama' Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 62–67.
- Nomak, Y. R. M., & Airawaty, D. (2026). Optimalisasi pemasaran digital dan aksesibilitas lokasi usaha melalui media sosial dan Google Maps pada UMKM di Maguwo, Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 4, 20–37.
- Rajabasa, D. D., Mutiara, S., Saleh, S., Fadillah, R. H., & Febrianti, W. S. (2025). Pemetaan lokasi UMKM berbasis Google Maps dan peningkatan desain produk dalam mendukung branding frozen food Seandanan. *Publika Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 22–29.