

Manajemen Pemasaran Digital: Pendampingan UMKM Toko Berkah Satu Melalui Optimalisasi Titik Lokasi di Google Maps Desa Wadungasih

Esti Maulida Apriliana¹, Chintia Sari², Putri Setya Romadhoni³, Nizar Aliefudin⁴, Achmad Zaki⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia

¹ 31422043.student@unusida.ac.id, ² 31422040.student@unusida.ac.id, ³ 31422144.student@unusida.ac.id
⁴ 31422007.student@unusida.ac.id, ⁵ achmadzaki1992@gmail.com

Abstrak

Kemajuan teknologi digital telah mengubah pola interaksi antara UMKM dengan konsumen, dimana Google Maps menjadi platform penting untuk meningkatkan keterlihatan usaha. UMKM Toko Berkah Satu di Desa Wadungasih menghadapi kendala karena belum terdaftar secara resmi di Google Maps, sehingga pelanggan kesulitan menemukan lokasi dan berdampak pada keterbatasan jangkauan pasar. Tujuan dari pendampingan UMKM Toko Berkah Satu untuk memanfaatkan Google Maps sebagai sarana promosi strategis melalui optimalisasi titik lokasi, sekaligus mengatasi kendala teknis dan keterbatasan literasi digital yang dihadapi pelaku usaha. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan partisipatif melalui tahapan observasi lapangan, sosialisasi, serta pendampingan langsung pembuatan titik lokasi di Google Maps. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa toko berhasil memiliki titik lokasi resmi, melengkapi data usaha, serta meningkatkan keterlihatan dan aksesibilitas di platform digital. Dampak yang dirasakan meliputi peningkatan kepercayaan konsumen, kemudahan navigasi, serta peluang promosi yang lebih luas. Meskipun terdapat kendala berupa keterbatasan literasi digital dan akses internet, solusi melalui bimbingan intensif dan panduan praktis mampu mengatasinya. Program ini membuktikan bahwa optimalisasi titik lokasi di Google Maps dapat menjadi strategi pemasaran digital sederhana namun efektif bagi UMKM, sekaligus memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan literatur pemasaran berbasis lokasi.

Kata Kunci: *UMKM, Pemasaran Digital, Google Maps, Pendampingan, Literasi Digital*

Sitasi:

Apriliana, E. M., Sari, C., Romadhoni, P. S., Aliefudin, N., & Zaki, A. Manajemen Pemasaran Digital: Pendampingan UMKM Toko Berkah Satu Melalui Optimalisasi Titik Lokasi di Google Maps Desa Wadungasih. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 3(1), 30–36. <https://doi.org/10.62759/jpim.v3i1.326>

Artikel Info

Received: 01 Oktober 2025

Accepted: 14 Oktober 2025

Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital dalam dekade terakhir telah membawa dampak signifikan terhadap pola interaksi antara usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan para konsumennya. Jika sebelumnya strategi promosi lebih bergantung pada cara-cara tradisional, kini konsumen semakin terbiasa mencari informasi melalui platform digital yang dinilai lebih praktis dan efisien. Salah satu media yang paling banyak dimanfaatkan adalah Google Maps, karena tidak hanya menampilkan posisi geografis suatu usaha, tetapi juga menyediakan data tambahan seperti jam buka, foto produk maupun bangunan, hingga ulasan dari pelanggan (Phuangsuwan et al., 2024).

Bagi UMKM, kehadiran profil resmi dan lengkap di Google Maps memiliki peran penting dalam meningkatkan keterlihatan usaha sekaligus membangun kepercayaan konsumen. Sejumlah penelitian terdahulu membuktikan bahwa pengelolaan titik lokasi pada peta digital mampu mendorong peningkatan jumlah kunjungan dan memperkuat citra profesional sebuah bisnis (Riki et al., 2024; Firmansyah et al., 2025). Kendati demikian, tidak semua pelaku UMKM dapat memanfaatkan fasilitas tersebut secara optimal. Berbagai keterbatasan masih dijumpai, mulai dari kurangnya pemahaman teknis, kesalahan dalam penentuan koordinat lokasi, hingga permasalahan akses jaringan internet (Wiweko & Anggara, 2025).

Situasi serupa ditemukan pada Toko Berkah Satu yang berlokasi di Desa Wadungasih. Sebelum adanya program pendampingan, toko ini belum tercatat secara resmi di Google Maps sehingga pelanggan kerap mengalami kesulitan saat mencari alamat. Kondisi ini tentu berimplikasi pada keterbatasan jangkauan pasar dan potensi pengembangan usaha.

Melalui proses pendampingan, dilakukan serangkaian langkah teknis mulai dari verifikasi lapangan, penentuan titik koordinat, pengisian data usaha, hingga pengajuan validasi ke sistem Google. Langkah-langkah ini tidak hanya membantu toko agar lebih mudah ditemukan konsumen, tetapi juga memberikan pengalaman belajar baru bagi pemilik dalam mengelola profil bisnis digital secara mandiri.

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan utama yang dirumuskan dalam kegiatan ini mencakup efektivitas optimalisasi titik lokasi dalam meningkatkan keterlihatan usaha, identifikasi hambatan yang dihadapi dalam proses pendaftaran, serta sejauh mana profil digital berdampak terhadap kepercayaan dan minat konsumen. Oleh karena itu, tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pendampingan praktis kepada UMKM agar mampu memanfaatkan Google Maps sebagai sarana promosi yang strategis, sekaligus mengatasi kendala teknis maupun keterbatasan literasi digital yang masih dihadapi pelaku usaha.

Manfaat dari kegiatan ini diharapkan tidak hanya dirasakan secara langsung oleh Toko Berkah Satu melalui peningkatan jumlah kunjungan pelanggan. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kemudahan akses informasi bagi pelanggan dalam menemukan lokasi dan produk yang ditawarkan. Di sisi lain, kegiatan ini dapat dijadikan contoh penerapan sederhana strategi pemasaran digital bagi UMKM lain yang menghadapi persoalan serupa. Kegiatan ini juga memiliki kontribusi akademis sebagai rujukan dalam menelaah efektivitas strategi pemasaran berbasis lokasi dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital (Anatan, 2023; Thapa, 2024).

UMKM Toko Berkah Satu di Desa Wadungasih menghadapi sejumlah persoalan yang menghambat perkembangan usahanya. Sebelum adanya pendampingan, toko belum memiliki titik lokasi resmi di Google Maps sehingga konsumen kesulitan menemukan alamat dengan tepat. Selain itu, pemilik usaha memiliki keterbatasan dalam literasi digital, terutama terkait langkah pendaftaran dan pengelolaan profil bisnis daring. Hambatan teknis seperti penentuan koordinat yang kurang akurat dan koneksi internet yang tidak stabil juga menjadi kendala. Bahkan setelah titik lokasi berhasil dibuat, pengelolaan berkelanjutan seperti pembaruan foto, jam operasional, serta respon terhadap ulasan konsumen masih belum optimal. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya bahwa banyak UMKM di Indonesia belum mampu memaksimalkan teknologi digital akibat keterbatasan kapasitas dan dukungan teknis (Phuangsuwan et al., 2024; Riki et al., 2024; Wiweko & Anggara, 2025).

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk membantu UMKM Toko Berkah Satu mendaftarkan dan memverifikasi titik lokasi di Google Maps agar usaha lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Selain itu, pendampingan juga ditujukan untuk memberikan pelatihan teknis mengenai pengisian data bisnis, penambahan foto, serta cara menjaga konsistensi informasi digital. Di sisi lain, kegiatan ini juga berupaya mengevaluasi dampak keberadaan lokasi digital terhadap visibilitas usaha, kepercayaan konsumen, serta potensi peningkatan jumlah kunjungan (Firmansyah et al., 2025; Chen et al., 2022)

Kegiatan ini memberikan manfaat praktis bagi Toko Berkah Satu berupa peningkatan keterlihatan usaha dan kemudahan akses informasi bagi pelanggan. Bagi UMKM lain, hasil pendampingan ini dapat menjadi contoh penerapan sederhana strategi pemasaran digital melalui layanan gratis seperti Google Maps. Masyarakat pun diuntungkan dengan adanya informasi yang lebih akurat dan transparan mengenai lokasi maupun layanan toko. Selain itu, kegiatan ini memiliki kontribusi akademis berupa bukti empiris yang dapat memperkuat kajian tentang efektivitas strategi pemasaran berbasis lokasi dalam mendukung daya saing UMKM (Schmitt, 2023; Larsson & Öner, 2021; Thapa, 2024).

Khalayak sasaran dari kegiatan ini meliputi pemilik dan pengelola UMKM, khususnya yang masih terbatas dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi usaha. Selain itu, pemerintah desa dan lembaga terkait juga dapat mengambil manfaat sebagai referensi dalam program pemberdayaan ekonomi lokal. Bagi akademisi, kegiatan ini menjadi tambahan literatur dalam penelitian terkait pemasaran digital dan transformasi UMKM. Terakhir, masyarakat umum sebagai konsumen memperoleh kemudahan dalam mengakses informasi dan menemukan lokasi usaha dengan lebih cepat (Anatan, 2023).

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh mahasiswa kelompok 12 KKN Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo di Desa Wadungasih RT 06 RW 02, Kecamatan Buduran, Sidoarjo. Fokus utamanya adalah pendampingan UMKM Toko Berkah Satu melalui optimalisasi titik lokasi di Google Maps. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan partisipatif, dengan tujuan memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM mengenai keuntungan mendaftarkan lokasi usaha di Google Maps.

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahap kegiatan, dimulai dengan observasi lapangan sebagai survei awal. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra. Dari hasil pengamatan diperoleh informasi bahwa Toko Berkah Satu belum terdaftar secara resmi di Google Maps, dan observasi ini menjadi dasar dalam penyusunan program kerja KKN.

Tahap kedua melibatkan sosialisasi dan wawancara dengan pemilik UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali informasi lebih detail terkait kendala pemasaran digital dan pengetahuan mereka tentang penggunaan Google Maps. Sosialisasi juga memberikan pemahaman mengenai manfaat digital marketing berbasis lokasi dalam meningkatkan visibilitas usaha. Tahap ketiga adalah pendampingan pemilik UMKM secara langsung dalam pembuatan titik lokasi di Google Maps. Pendampingan dilakukan mulai dari pengisian data usaha seperti nama toko, kategori, dan alamat lengkap, serta penentuan koordinat lokasi dan pengunggahan foto-foto toko dan produk. Proses ini dilakukan secara partisipatif agar pemilik usaha mampu memahami langkah-langkah teknis dan dapat melakukannya secara mandiri di masa depan.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pendampingan terhadap UMKM Toko Berkah Satu menunjukkan capaian yang signifikan dalam peningkatan visibilitas usaha melalui optimalisasi titik lokasi di Google Maps. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk memastikan data alamat yang sesuai dan titik koordinat yang akurat. Hasil observasi memperlihatkan bahwa sebelum program dijalankan, toko belum tercantum secara resmi di Google Maps sehingga pelanggan kesulitan menemukan lokasi secara tepat. Data tersebut menjadi dasar bagi tim pendamping untuk menyusun strategi pendaftaran lokasi yang sesuai dengan panduan Google (Phuangsuwan et al., 2024).

Tahap berikutnya adalah proses pembuatan titik lokasi baru di Google Maps. Melalui aplikasi Google Maps pada perangkat seluler, tim bersama pemilik usaha mengakses menu "Kontribusi" dan memilih opsi "Tambahkan Tempat". Pada tahap ini, informasi dasar seperti nama toko, kategori usaha, serta alamat lengkap dimasukkan ke dalam formulir digital. Hasil pengisian ini memastikan bahwa data yang ditampilkan sesuai dengan kondisi toko di lapangan, termasuk penyesuaian nama resmi usaha agar konsisten dengan papan nama yang dipasang di depan toko (Riki et al., 2024).

Setelah data utama terisi, proses dilanjutkan dengan menentukan posisi pin pada peta. Penyesuaian lokasi dilakukan dengan memindahkan penanda (pin) ke titik yang paling mendekati letak toko secara akurat. Kegiatan ini menghasilkan koordinat yang presisi, memudahkan calon pelanggan menemukan toko tanpa kesalahan arah. Pada tahap yang sama, dilakukan penambahan foto-foto dokumentasi, seperti tampak depan bangunan dan etalase produk, guna memperkuat identitas visual toko di platform digital (Firmansyah et al., 2025).

Hasil lain yang dicapai adalah melengkapi detail tambahan, seperti jam operasional, nomor telepon yang dapat dihubungi, dan keterangan layanan. Pencantuman informasi ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan saat mencari data kontak atau waktu kunjungan yang sesuai. Setelah seluruh data selesai diunggah, permintaan penambahan lokasi dikirimkan untuk diverifikasi oleh sistem Google. Dalam waktu kurang dari 24 jam, notifikasi konfirmasi diterima yang menyatakan bahwa titik lokasi Toko Berkah Satu telah disetujui dan resmi tampil di Google Maps (Wiweko & Anggara, 2025).

Pendampingan ini berhasil menghasilkan sebuah titik lokasi yang valid dan mudah diakses di Google Maps. Keberadaan toko yang kini dapat ditemukan secara daring memberikan dampak positif terhadap jangkauan pemasaran dan potensi penambahan pelanggan. Dengan hasil tersebut, Toko Berkah Satu memperoleh sarana promosi digital yang efektif sekaligus meningkatkan profesionalisme usaha dalam memanfaatkan teknologi pemasaran berbasis lokasi.

Optimalisasi Lokasi UMKM

Upaya optimalisasi lokasi bagi UMKM Toko Berkah Satu dilakukan untuk meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan pelanggan dalam menemukan toko secara daring. Sebelum pendampingan dilaksanakan, toko ini belum memiliki identitas digital yang jelas sehingga calon pelanggan kerap kesulitan mencari lokasi yang tepat. Melalui kegiatan observasi, tim pendamping melakukan pemetaan awal untuk memastikan titik koordinat yang akurat dan kesesuaian alamat dengan kondisi lapangan. Hasil pemetaan tersebut menjadi dasar bagi penyusunan strategi agar keberadaan toko dapat tampil optimal di Google Maps.

Langkah optimalisasi dilakukan dengan memanfaatkan fitur pendaftaran lokasi baru di Google Maps. Pendamping memperkenalkan manfaat penandaan lokasi digital, mulai dari peningkatan visibilitas usaha, kemudahan navigasi pelanggan, hingga peluang promosi yang lebih luas. Melalui pemanfaatan teknologi berbasis lokasi ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus membangun citra profesional dalam dunia pemasaran digital. Proses ini juga menjadi pintu awal bagi Toko Berkah Satu untuk mengintegrasikan media daring lain sebagai bagian dari strategi promosi.

Penerapan Google Maps

Pendampingan pada UMKM Toko Berkah Satu difokuskan pada penerapan Google Maps sebagai sarana promosi berbasis lokasi. Tim memulai kegiatan dengan memberikan penjelasan mengenai manfaat fitur "Tambahkan Tempat" pada aplikasi Google Maps yang dapat membantu usaha kecil menengah memiliki titik lokasi resmi di peta digital. Tahap ini dilakukan secara partisipatif, sehingga pemilik usaha dapat langsung mempraktikkan proses pendaftaran sambil menerima arahan teknis dari pendamping. Langkah-langkah yang diterapkan dalam pembuatan titik lokasi adalah sebagai berikut:

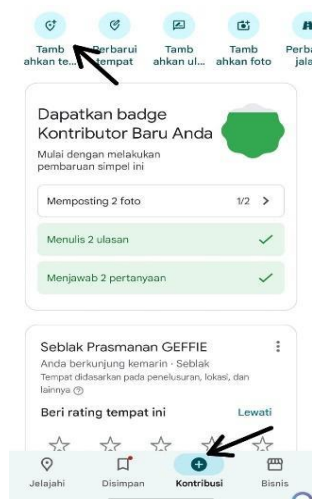
Pertama, Buka aplikasi Google Maps pada ponsel atau laptop yang terhubung internet.



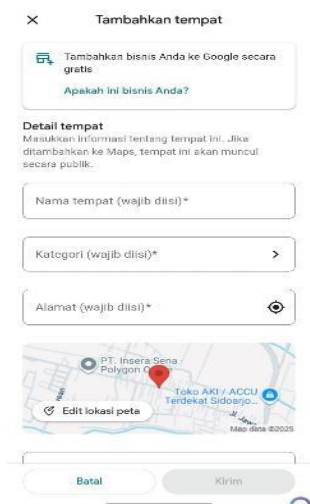
Google Maps

Sumber: Google (2025)

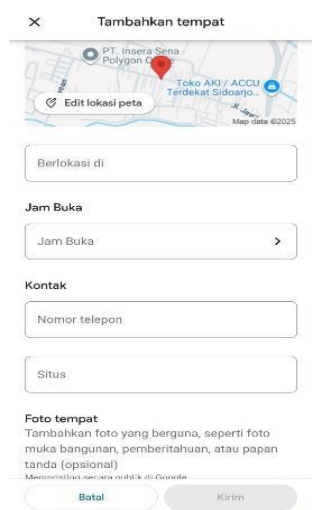
Kedua, Pilih menu "Kontribusi" → "Tambahkan Tempat" untuk memulai pendaftaran lokasi baru.



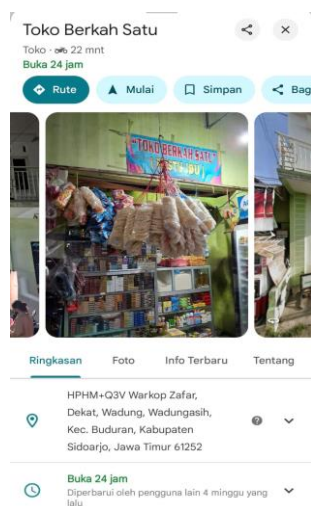
Ketiga, Isi informasi utama secara lengkap, meliputi nama toko, kategori usaha (misalnya toko kelontong), dan alamat yang sesuai dengan data di lapangan.



Keempat, Atur lokasi pin dengan memindahkan penanda ke titik yang paling mendekati posisi toko agar koordinat lebih akurat. Kelima, Tambahkan detail tambahan seperti jam operasional, foto tampak depan, nomor telepon, atau tautan situs web (jika ada) untuk memperkuat identitas digital toko.



Terakhir, telah semua data terisi, pilih menu "Kirim" dan tunggu proses verifikasi yang umumnya berlangsung dalam 24 jam sebelum lokasi resmi tampil di Google Maps.



Seluruh tahapan tersebut didokumentasikan melalui foto untuk memberikan panduan visual kepada pemilik usaha dan menjadi bukti keberhasilan kegiatan. Setelah permintaan disetujui oleh sistem Google, Toko Berkah Satu memperoleh titik lokasi resmi yang dapat diakses publik. Keberadaan lokasi ini menjadi langkah awal bagi toko untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperluas jangkauan pemasaran secara digital. Proses penerapan Google Maps juga mendorong pemilik usaha untuk memahami pentingnya manajemen data bisnis secara daring. Dengan adanya titik lokasi yang tervalidasi, Toko Berkah Satu memiliki kesempatan untuk terus memperbarui informasi layanan, menambahkan foto produk, serta merespons ulasan pelanggan secara langsung melalui aplikasi. Aktivitas ini memberikan nilai tambah bagi keberlanjutan promosi digital sekaligus memperkuat hubungan antara toko dengan konsumen melalui komunikasi yang lebih transparan dan interaktif.

Dampak terhadap Pemasaran

Penerapan Google Maps pada UMKM Toko Berkah Satu memberikan dampak positif terhadap kemampuan usaha dalam menjangkau pelanggan baru. Setelah titik lokasi resmi muncul di platform, toko menjadi lebih mudah ditemukan melalui pencarian kata kunci yang sesuai dengan nama maupun kategori usahanya. Hal ini membantu mengatasi hambatan yang sebelumnya dialami calon pembeli yang kesulitan mendapatkan arah atau informasi keberadaan toko. Dengan adanya identitas lokasi digital, toko memperoleh peluang yang lebih besar untuk dikenal masyarakat luas.

Keberadaan lokasi di Google Maps juga mendorong peningkatan kredibilitas dan citra profesional Toko Berkah Satu. Konsumen yang melihat informasi yang lengkap, seperti jam operasional, foto tampilan depan, dan nomor telepon, cenderung lebih yakin terhadap kualitas layanan yang ditawarkan. Dampak ini tidak hanya memudahkan pelanggan lama, tetapi juga memikat pelanggan baru yang tertarik karena kemudahan akses dan kejelasan informasi yang tersedia secara daring.

Selain memperluas jangkauan, optimalisasi titik lokasi juga membuka peluang untuk memanfaatkan fitur tambahan di Google Maps yang mendukung strategi pemasaran. Pemilik usaha dapat menambahkan foto produk, memberikan pembaruan promosi, serta merespons ulasan yang diberikan oleh pelanggan. Aktivitas ini membantu meningkatkan interaksi antara penjual dan konsumen, menciptakan pengalaman yang lebih personal, dan memperkuat loyalitas pelanggan terhadap toko.

Adapun dampak spesifik yang dapat dirasakan setelah penerapan Google Maps pada UMKM Toko Berkah Satu meliputi: meningkatnya jumlah pengunjung toko yang datang setelah menemukan lokasi di Google Maps, peningkatan kepercayaan pelanggan karena adanya informasi yang jelas dan terkini, serta peluang promosi yang lebih luas melalui unggahan foto, penawaran, atau ulasan pelanggan. Selain itu, penerapan Google Maps juga memberikan kemudahan navigasi bagi konsumen, baik yang datang dari wilayah sekitar maupun luar daerah, serta membuka kesempatan untuk mengintegrasikan pemasaran lokasi dengan media sosial lain seperti Instagram atau WhatsApp Business.

Tantangan dan Solusi

Dalam proses penerapan Google Maps pada UMKM Toko Berkah Satu, beberapa tantangan muncul yang perlu segera diatasi. Salah satunya adalah keterbatasan pengetahuan pemilik usaha mengenai penggunaan aplikasi berbasis peta digital. Sebelum pendampingan, pemilik toko belum familiar dengan langkah-langkah pembuatan titik lokasi maupun pengelolaan data bisnis secara daring. Kondisi ini menyebabkan perlunya bimbingan intensif dan panduan yang praktis agar proses pendaftaran lokasi dapat dilakukan dengan benar.

Faktor teknis seperti koneksi internet yang kurang stabil dan ketelitian dalam menentukan koordinat lokasi juga menjadi hambatan. Kesalahan kecil dalam penempatan pin dapat membuat calon pelanggan tersasar atau mengalami kesulitan saat mencari alamat toko. Verifikasi oleh pihak Google yang memerlukan waktu tertentu terkadang juga menjadi kendala, terutama ketika pemilik usaha menginginkan lokasi segera tampil untuk mendukung promosi.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, beberapa solusi diterapkan oleh tim pendamping, antara lain: Faktor teknis seperti koneksi internet yang kurang stabil dan ketelitian dalam menentukan koordinat lokasi juga menjadi hambatan. Kesalahan kecil dalam penempatan pin dapat membuat calon pelanggan tersasar atau mengalami kesulitan saat mencari alamat toko. Selain itu, verifikasi oleh pihak Google yang memerlukan waktu tertentu terkadang menjadi kendala, terutama ketika pemilik usaha menginginkan lokasi segera tampil untuk mendukung promosi. Untuk mengatasi hambatan tersebut, beberapa solusi diterapkan oleh tim pendamping, antara lain memberikan pelatihan langsung kepada pemilik usaha tentang cara penggunaan Google Maps dan pengisian data bisnis secara bertahap, menyediakan panduan tertulis serta dokumentasi foto yang memudahkan pemilik usaha mengikuti langkah pendaftaran secara mandiri, membantu mengecek ulang akurasi koordinat sebelum pengiriman agar pin lokasi tepat pada posisi toko, menyarankan penggunaan koneksi internet yang lebih stabil saat proses pengunggahan data berlangsung, serta mendorong pemilik usaha untuk memanfaatkan fitur pembaruan agar dapat memperbaiki atau melengkapi informasi setelah lokasi diverifikasi.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan UMKM Toko Berkah Satu melalui optimalisasi titik lokasi di Google Maps telah berhasil dilaksanakan dengan capaian yang memuaskan. Program ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital sederhana seperti Google Maps dapat memberikan dampak signifikan bagi peningkatan visibilitas dan aksesibilitas UMKM.

Hasil utama yang dicapai meliputi: pertama, berhasil mendaftarkan dan memverifikasi titik lokasi Toko Berkah Satu di Google Maps yang sebelumnya belum tercatat secara resmi; kedua, peningkatan kemampuan literasi digital pemilik usaha dalam mengelola profil bisnis daring; ketiga, tersedianya informasi lengkap mengenai toko (jam operasional, foto, kontak) yang memudahkan akses pelanggan; dan keempat, peningkatan kredibilitas dan citra profesional usaha melalui kehadiran digital yang tervalidasi.

Dampak positif yang dirasakan mencakup kemudahan navigasi bagi pelanggan, peningkatan kepercayaan konsumen, dan terbukanya peluang promosi yang lebih luas. Meskipun terdapat beberapa tantangan teknis seperti keterbatasan literasi digital dan koneksi internet, solusi yang tepat melalui pendampingan langsung dan penyediaan panduan praktis terbukti efektif mengatasi hambatan tersebut.

Saran

Saran dan rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya Perluasan Program dapat dilakukan dengan mengembangkan program serupa untuk UMKM lain di Desa Wadungasih dan daerah sekitarnya yang menghadapi permasalahan serupa. Selain itu, pelatihan berkelanjutan perlu diadakan dalam bentuk workshop berkala tentang pengelolaan profil bisnis digital, termasuk strategi merespons ulasan dan memperbarui informasi secara rutin. Selanjutnya, integrasi media sosial juga sangat penting dengan mendampingi UMKM untuk mengintegrasikan Google Maps dengan platform media sosial lain seperti Instagram Business dan WhatsApp Business guna memaksimalkan jangkauan pemasaran.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih disampaikan kepada Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo yang telah memberikan kesempatan dan memfasilitasi program KKN sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Pemerintah Desa Wadungasih, khususnya Kepala Desa dan perangkat desa, juga dihargai atas izin, dukungan, dan kemudahan akses selama pelaksanaan di wilayah RT 06 RW 02. Ucapan terima kasih ditujukan kepada Bapak/Ibu Pemilik UMKM Toko Berkah Satu yang bersedia menjadi mitra, memberikan waktu, dan aktif berpartisipasi dengan antusiasme tinggi.

Masyarakat Desa Wadungasih turut diapresiasi atas sambutan hangat dan dukungan moral yang menciptakan suasana kondusif. Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) KKN atas arahan, bimbingan, dan evaluasi konstruktif selama program. Rekan-rekan Mahasiswa Kelompok 12 KKN juga mendapat penghargaan atas kerja sama solid dan kontribusi aktif dari perencanaan hingga evaluasi. Tim Teknis Google Maps pun diapresiasi melalui layanan gratisnya yang memungkinkan UMKM memiliki kehadiran digital profesional. Keberhasilan kegiatan ini tidak lepas dari kolaborasi semua pihak, dengan harapan hasilnya memberikan manfaat berkelanjutan bagi pengembangan UMKM Desa Wadungasih dan menjadi inspirasi program serupa di masa mendatang, serta kemitraan yang terjalin dapat terus mendukung kemajuan ekonomi lokal melalui teknologi digital.

Keberhasilan kegiatan ini tidak lepas dari kolaborasi dan dukungan semua pihak yang terlibat. Semoga hasil dari kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan UMKM di Desa Wadungasih dan dapat menjadi inspirasi bagi program-program serupa di masa mendatang. Kami berharap kemitraan yang telah terjalin dapat terus berlanjut untuk mendukung kemajuan ekonomi lokal melalui pemanfaatan teknologi digital.

Referensi

Anatan, L. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digitalization: Evidence from Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>

- Chen, T., Zhang, X., Xu, Y., & Ding, X. (2022). The Impact of Online Reviews on Consumers' Purchasing Decisions: Evidence from Eye-tracking Studies. *Frontiers in Psychology, 13*, 865702. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.865702>
- Firmansyah, A. P., Augustinah, F., & Sarwani, S. (2025). The Influence of Google Ads and Google Maps on Purchase Decisions at Bakso Royal Surabaya. *Journal of Business Management and Economic Development, 3*(1), 76–91. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v3i01.1211>
- Larsson, A., & Öner, T. (2021). Location-based Services and Consumer Behavior: A Systematic Literature Review. *Journal of Retailing and Consumer Services, 62*, 102655. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102655>
- Phuangsuwan, P., Siripipatthanakul, S., Limna, P., & Pariwongkhuntorn, N. (2024). The Impact of Google Maps Application on the Digital Economy. *Corporate and Business Strategy Review, 5*(1), 192–203. <https://doi.org/10.22495/cbsrv5i1art18>
- Riki, R., Nurlenawatii, N., & Angela, F. P. (2024). Application of Google My Business to Increase the Number of Customers. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 12*(2), 337–346. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i2.2462>
- Schmitt, H. S. (2023). Location-based Marketing: Issues and Opportunities in the Real World. *Journal of Retailing and Consumer Services, 74*, 103499. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103499>
- Thapa, S. (2024). We are just 10 feet away! How does Location-based Advertising Affect Marketing Effectiveness? *Journal of Business Research, 176*, 114517. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114517>
- Wiweko, A., & Anggara, A. W. (2025). A Review of Digital Marketing Practices among SMEs in Indonesia : Trends , Challenges , and Opportunities. *IRJEMS International Research Journal of Economics and Management Studies, 4*(5), 315–323. <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V4I5P140>