

Pendampingan Pembuatan Google Maps Usaha Pada UMKM Duplikat Kunci Guna Meningkatkan Aksesibilitas Konsumen di Desa Siwalankerto-Surabaya

Achmad Syafi' Haromi *¹
¹ Universitas Sunan Giri Surabaya
E-mail*: syafiharomi@gmail.com

Received: 20-04-2026 | Accepted: 27-04-2026 | Published: 02-05-2026

Abstrak

Keterbatasan dalam aksesibilitas dan kurangnya penggunaan teknologi digital menjadi salah satu tantangan utama yang dialami oleh pelaku UMKM, terutama usaha duplikat kunci di Desa Siwalankerto. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperbaiki aksesibilitas konsumen dengan memberikan pendampingan dalam membuat dan mengoptimalkan Google Maps sebagai alat pemasaran digital. Pendekatan yang digunakan dalam studi ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data yang terdiri dari wawancara, observasi, dan kuesioner. Hasil dari kegiatan menunjukkan bahwa setelah mendapatkan pendampingan, pelaku UMKM berhasil mendaftarkan bisnis mereka di Google Maps dengan informasi lengkap, termasuk alamat, jam buka, dan foto-foto. Ini membuat konsumen lebih mudah menemukan lokasi usaha dan meningkatkan interaksi digital melalui fitur ulasan. Selain itu, juga terdapat peningkatan pemahaman dan kemampuan digital pelaku usaha dalam menggunakan teknologi sebagai strategi pemasaran. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi lokasi bisnis melalui platform Google Maps dapat secara signifikan meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan memperkenalkan model pendampingan digital sederhana yang dapat diterapkan pada UMKM lain untuk mendukung perkembangan ekonomi berbasis teknologi.

Kata Kunci: Google Maps; Digitalisasi Usaha; Aksesibilitas Konsumen; Pemasaran Digital; UMKM

Corresponding Author: syafiharomi@gmail.com

Haromi, A. S. (2026). Pendampingan Pembuatan Google Maps Usaha Pada UMKM Duplikat Kunci Guna Meningkatkan Aksesibilitas Konsumen di Desa Siwalankerto-Surabaya. *JUPAMU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 1(3), 277–288. <https://doi.org/10.66031/jupamu.v1i3.197>

Copyright ©2026 to the Author. Published by CV. Ihsan Cahaya Pustaka
This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



PENDAHULUAN

Permasalahan utama yang dihadapi oleh rakyat Indonesia saat ini salah satunya yaitu tingginya angka kemiskinan dan akses yang terbatas terhadap pendidikan serta layanan kesehatan yang memadai. Kemiskinan merupakan isu yang kompleks yang tidak hanya mencerminkan rendahnya pendapatan, tetapi juga keterbatasan dalam memperoleh sumber daya yang esensial, seperti pendidikan berkualitas dan layanan

kesehatan. Penelitian permatasari et al. (2025), mengungkapkan bahwa pendidikan dan kesehatan memiliki hubungan yang signifikan dengan keadaan ekonomi suatu rumah tangga rumah tangga dengan tingkat pendidikan yang rendah cenderung lebih rentan terhadap kemiskinan, dan kondisi kesehatan yang buruk semakin memperparah keadaan tersebut.

Secara umum, situasi sosial dan ekonomi masyarakat indonesia memperlihatkan adanya perbedaan mencolok dalam akses antara kelompok berpenghasilan rendah dan tinggi, dapat dilihat dari ketidaksetaraan dalam akses pendidikan dan layanan kesehatan di berbagai daerah. Dalam penelitian Susanto et al. (2025), menunjukkan bahwa faktor sosial ekonomi seperti pendapatan, tingkat pendidikan, dan kondisi lingkungan tempat tinggal memiliki pengaruh signifikan terhadap ketimpangan akses layanan dasar, termasuk kesehatan dan pendidikan

Menurut naufal et al. (2024), dampak yang ditimbulkan oleh kemiskinan, keterbatasan akses pendidikan, dan layanan kesehatan yang kurang memadai sangat luas dan kompleks. Pertama, kemiskinan berdampak pada rendahnya keterampilan tenaga kerja dan produktivitas, yang secara langsung menghalangi pertumbuhan ekonomi baik di tingkat daerah maupun nasional. Kedua, keterbatasan akses pendidikan menciptakan kesenjangan keterampilan di pasar kerja, membuat peluang bagi generasi muda untuk mendapatkan pekerjaan yang layak menjadi semakin kecil. Ketiga, kondisi kesehatan yang buruk termasuk akses yang tidak merata terhadap layanan medis menambah beban penyakit dan biaya kesehatan di rumah tangga, yang pada akhirnya memperparah situasi ekonomi bagi keluarga yang hidup dalam kemiskinan.

Dalam studi Juhaidi et al. (2023), diungkapkan bahwa tingkat pendidikan yang rendah berkaitan erat dengan keadaan kesehatan masyarakat serta tingkat kemiskinan. Orang-orang dengan pendidikan yang kurang biasanya mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai kesehatan dan akses ke layanan medis, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan timbulnya penyakit dan mengurangi produktivitas di tempat kerja. Keadaan ini pada akhirnya memperkuat siklus kemiskinan karena rumah tangga harus menghadapi biaya kesehatan yang lebih besar di tengah keterbatasan pendapatan. Selain itu, pendidikan yang rendah juga membawa dampak negatif pada kualitas hidup dan kesempatan ekonomi masyarakat.

Tujuan kegiatan pengabdian ini yaitu untuk meningkatkan keterampilan pengusaha umkm dalam menggunakan teknologi digital termasuk pembuatan dan pengoptimalan google maps, sehingga mereka mampu memperluas pasar, meningkatkan keberadaan usaha, serta memperkuat kompetisi di era digital. Menurut chasanah dan takarini (2026), tujuan dari pemberdayaan ini tidak hanya untuk meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga untuk mendorong pengusaha agar lebih mandiri dalam melakukan pemasaran secara langsung. Meningkatkan mutu pengelolaan informasi bisnis contohnya informasi kontak, gambar produk, jam buka di media digital, agar konsumen lebih gampang untuk menemukan, menilai, dan mendapatkan layanan atau produk umkm dengan tepat dan cepat melalui google maps. Dalam penelitian helmina et al. (2025), menjelaskan bahwa pembuatan google maps usaha pada UMKM secara langsung mempengaruhi kualitas pengalaman pelanggan dan kemungkinan peningkatan jumlah transaksi.

Berdasarkan penelitian Aziezy et al. (2025), memberikan informasi kepada pelaku UMKM tentang pentingnya menambahkan lokasi usaha di platform digital seperti Google Maps adalah langkah strategis untuk meningkatkan akses konsumen dan efektivitas pemasaran. Melalui program sosialisasi dan pendampingan, pelaku usaha tidak hanya belajar cara menggunakan fitur digital, tetapi juga memahami sejauh mana teknologi dapat membantu memperluas pasar dan memperkuat daya saing bisnis. Penggunaan Google Maps sebagai alat pemasaran berbasis lokasi terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas usaha, memudahkan konsumen untuk menemukan tempat bisnis, dan membangun kepercayaan pelanggan terhadap informasi usaha yang tersedia secara online.

Menurut firdayanti et al. (2025), memperkuat hubungan antar komunitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah serta masyarakat luas dengan memanfaatkan platform digital bersama termasuk google maps, agar komunitas dapat bertukar informasi mengenai lokasi dan layanan, serta mengembangkan jaringan pemasaran di tingkat lokal dan regional dan memperkuat kolaborasi dalam peningkatan efisiensi dan pertumbuhan ekonomi.

Manfaat kegiatan pengabdian ini, antara lain:

- (1) Peningkatan keterampilan, usaha umkm mendapatkan keterampilan digital yang berguna seperti kemampuan untuk membuat dan mengelola profil bisnis di google maps, yang mendorong peningkatan pemahaman teknologi dan

kemampuan dalam pemasaran digital. Contoh: pelatihan untuk pembuatan lokasi bisnis di google maps secara signifikan meningkatkan keterampilan digital umkm (chasanah & takarini, 2026). Dengan begitu, kegiatan pengabdian memberikan dampak nyata bagi umkm melalui peningkatan keterampilan digital, khususnya dalam pembuatan dan pengelolaan profil bisnis di google maps, sehingga memperkuat pemahaman teknologi dan efektivitas pemasaran digital secara signifikan.

- (2) Perbaikan kualitas hidup, kualitas layanan bisnis menjadi lebih baik karena informasi tentang lokasi, waktu operasional, gambar produk, dan ulasan bisa ditampilkan secara daring memudahkan pelanggan untuk menilai dan mengunjungi bisnis tersebut (rimadias & Hibatillah, 2023). Oleh karena itu, penyediaan informasi bisnis secara daring seperti lokasi, jam operasional, foto produk, dan ulasan mampu meningkatkan kualitas layanan karena mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi, menilai, dan memutuskan untuk mengunjungi suatu bisnis.
- (3) Dengan adanya google maps, usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi lebih mudah untuk diakses dan ditemukan oleh masyarakat umum, sehingga interaksi digital seperti ulasan, penilaian, dan rekomendasi dapat memperkuat hubungan sosial antara pengusaha, konsumen, dan komunitas setempat. Peta digital tersebut juga berpotensi meningkatkan kepercayaan dan konektivitas sosial di dalam ekosistem ekonomi local (kasnelly et al., 2025). Oleh karena itu, pemanfaatan google maps mempermudah akses dan visibilitas umkm sekaligus memperkuat interaksi digital antara pelaku usaha, konsumen, dan komunitas. Hal ini berdampak pada meningkatnya kepercayaan serta konektivitas sosial dalam ekosistem ekonomi local.
- (4) Pendampingan pembuatan google maps bagi umkm secara nyata meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya keberadaan digital dalam memperluas jangkauan konsumen dan visibilitas usaha. Training dan penandaan lokasi pada platform peta digital membantu pelaku umkm memahami bahwa konsumen kini lebih mudah menemukan usaha melalui pencarian lokasi online, yang berujung pada pertumbuhan jumlah pengunjung dan potensi omzet usaha. Menurut zamzami (2025), program digitalisasi umkm yang mencakup pembuatan titik lokasi di google maps telah terbukti meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas

usaha secara online, sehingga pelaku umkm lebih menyadari peran penting teknologi digital dalam strategi pemasaran modern yang efektif.

- (5) Pengalaman dan pembelajaran, bimbingan google maps memberikan pengalaman langsung serta pelajaran praktis bagi pelaku umkm dalam mengelola profil usaha secara digital. Ini mencakup pembuatan akun, verifikasi lokasi, pengisian data usaha, hingga penggunaan ulasan dari konsumen. Proses pembelajaran ini memperkuat kemampuan digital para pelaku umkm dan memberikan pengetahuan praktis tentang cara meningkatkan interaksi dengan pasar sasaran melalui platform online. Hasil dari helmina et al. (2025), menunjukkan bahwa setelah mengikuti pelatihan dan bimbingan, pelaku umkm tidak hanya mampu menambahkan lokasi usaha mereka di google maps, tetapi juga dapat memanfaatkan fitur-fitur yang ada untuk meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperbaiki citra profesional usaha mereka secara digital.

METODE

Dalam studi ini digunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan peneliti sebagai instrumen utama untuk memahami praktik pendampingan pembuatan Google Maps pada usaha duplikat kunci dari perspektif pelaku usaha maupun pengguna layanan.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik berikut.

- (1) Wawancara semi-terstruktur

Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha duplikat kunci untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman pengisian data di Google Maps, kendala yang dihadapi, serta pandangan terkait aksesibilitas layanan. Pendekatan semi-terstruktur memungkinkan peneliti menggali informasi secara lebih mendalam dan kontekstual. Metode ini efektif dalam penelitian kualitatif karena mampu menghasilkan data yang kaya dan komprehensif mengenai fenomena sosial yang diteliti (Nistor, 2024).

- (2) Observasi lapangan

Observasi dilakukan secara langsung selama proses pendampingan pembuatan Google Maps guna mencatat perilaku, aktivitas, dan proses yang berlangsung secara alami. Teknik ini memberikan data empiris yang tidak sepenuhnya dapat diperoleh melalui wawancara atau kuesioner, serta membantu memahami proses adopsi teknologi oleh pelaku UMKM secara lebih komprehensif (Hidayah, 2025).

(3) Kuesioner kepada pengguna dan pelaku usaha

Kuesioner disebarakan kepada pelanggan dan pemilik usaha untuk memperoleh data kuantitatif terkait aksesibilitas, tingkat kepuasan, dan kemudahan menemukan layanan melalui Google Maps. Instrumen ini memadukan pertanyaan tertutup dan terbuka sehingga memungkinkan analisis statistik maupun naratif. Penggunaan kuesioner dinilai efektif dalam menghimpun data dari banyak responden secara efisien serta mendukung generalisasi awal mengenai pengalaman pengguna (Muchlis, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pendampingan diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps bagi pelaku UMKM. Tahapan kegiatan meliputi pengumpulan data awal, wawancara untuk mengidentifikasi kebutuhan dan kendala digitalisasi, penyusunan materi pelatihan, serta pendampingan langsung dalam pembuatan dan pengelolaan profil lokasi usaha. Seluruh tahapan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang mendorong keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam proses pembelajaran teknologi digital, sebagaimana terbukti efektif dalam program pendampingan serupa yang mampu meningkatkan visibilitas usaha di Google Maps (Sibawaihi et al., 2025).



Gambar 1. Wawancara dan Pencatatan

Gambar 1 menunjukkan interaksi antara mentor dan pelaku UMKM duplikat kunci pada tahap awal pendampingan, khususnya dalam proses pengumpulan data usaha dan identifikasi lokasi yang akan didaftarkan di Google Maps. Kegiatan observasi, wawancara, dan pengumpulan data terbukti membantu pelaku UMKM memahami pentingnya informasi digital sebagai sarana promosi dan perluasan pasar daring (Safitri et al., 2026). Proses interaksi langsung ini tidak hanya mendukung

kelengkapan profil usaha, tetapi juga meningkatkan literasi digital pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform berbasis lokasi secara optimal. Pemetaan digital melalui Google Maps juga meningkatkan akses konsumen terhadap informasi usaha, seperti lokasi, foto, dan ulasan, sehingga berdampak pada peningkatan kepercayaan dan eksposur pasar sebagai strategi efektif dalam pengembangan usaha mikro (Meisarah et al., 2025).

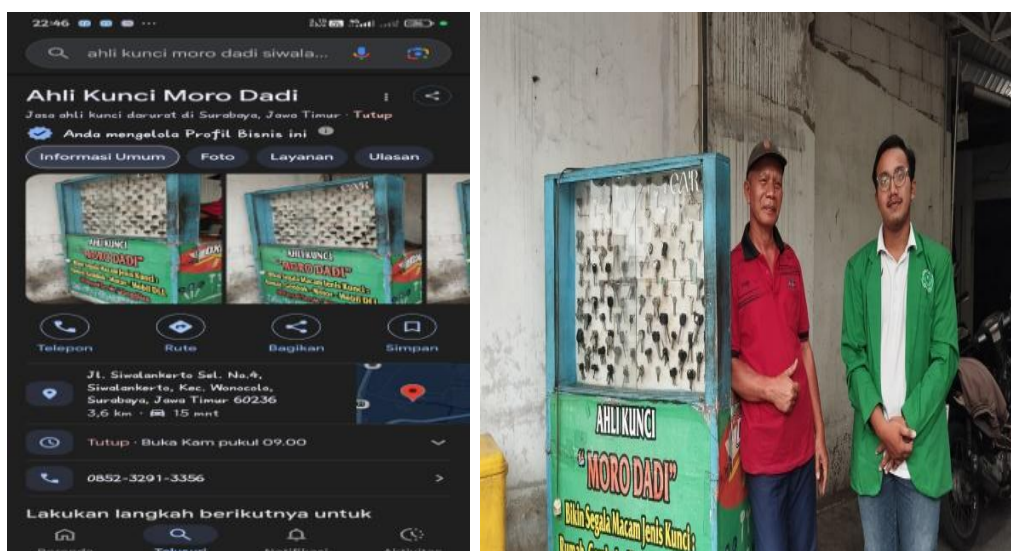
Hasil utama dari kegiatan ini adalah UMKM Duplikat Kunci berhasil terdaftar pada platform peta digital dari Google dengan informasi usaha yang lengkap, meliputi alamat, nomor kontak, jam operasional, serta foto produk dan lokasi. Keberhasilan tersebut memudahkan konsumen dalam menemukan tempat usaha sekaligus memperluas jangkauan ke ranah digital. Menurut Wulandari et al. (2025), pemanfaatan Google Maps oleh UMKM membantu usaha lebih mudah ditemukan pelanggan, memperoleh ulasan, serta menarik konsumen baru sehingga berpotensi meningkatkan penjualan.



Gambar 2. Langkah-langkah dan Penataan produk UMKM

Gambar 2 menunjukkan langkah-langkah teknis dalam penambahan titik lokasi usaha Duplikat Kunci di platform peta digital milik Google, yang mencakup pengaturan pin lokasi serta pengisian informasi bisnis. Hal ini mendukung hasil penelitian Yuliana et al. (2025) yang menegaskan bahwa penggunaan langsung Google Maps oleh pelaku UMKM dapat meningkatkan eksposur usaha kuliner dan jasa di pasar digital lokal, karena calon konsumen dapat melihat lokasi, jam operasional, foto usaha, serta ulasan dari pengguna lain. Pendampingan seperti ini sangat diperlukan untuk mengatasi kendala literasi digital pada pelaku UMKM yang belum terbiasa menggunakan teknologi peta digital.

Hasil analisis menunjukkan bahwa partisipasi aktif pelaku UMKM selama proses pendampingan dan praktik langsung menjadi faktor penting dalam keberhasilan digitalisasi lokasi usaha. Kegiatan ini tidak hanya membantu UMKM terdaftar di Google Maps milik Google, tetapi juga meningkatkan pemahaman mereka mengenai pentingnya kehadiran digital dalam strategi pemasaran. Interpretasi ini sejalan dengan penelitian Sucipto et al. (2025) yang menyatakan bahwa keterlibatan pelaku UMKM dalam pembelajaran digital dapat membantu mengatasi tantangan literasi teknologi serta memungkinkan mereka memanfaatkan fitur digital untuk meningkatkan daya saing usaha lokal.



Gambar 3. Hasil dan Dokumentasi UMKM

Gambar 3 menunjukkan dokumentasi hasil akhir program pendampingan berupa foto pemilik UMKM Duplikat Kunci bersama pendamping setelah menyelesaikan pendaftaran usaha di Google Maps milik Google. Dokumentasi ini mencerminkan capaian konkret pendampingan, sejalan dengan temuan Ikrima et al. (2025) bahwa pemanfaatan peta digital memudahkan konsumen menemukan alamat usaha sekaligus membuka peluang promosi digital dan kolaborasi bisnis baru di komunitas setempat. Implementasi ini diharapkan meningkatkan kemudahan akses konsumen terhadap UMKM di Desa Siwalankerto serta mendukung pertumbuhan ekonomi digital desa secara berkelanjutan.

Dampak kegiatan ini terhadap masyarakat, khususnya pelaku UMKM dan konsumen di Desa Siwalankerto, sangat signifikan. Kehadiran lokasi usaha di Google Maps memudahkan masyarakat menemukan produk dan layanan yang ditawarkan sehingga berpotensi meningkatkan kunjungan ke lokasi usaha. Selain itu, keberadaan

lokasi digital ini mendorong pergeseran dari pemasaran tradisional menuju pemasaran digital yang lebih efektif dan terukur, sekaligus meningkatkan kesadaran teknologi di kalangan pelaku UMKM. Dampak positif ini sejalan dengan penelitian Aushafina dan Wikartika (2023) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps mampu memperluas pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap usaha lokal.

Selama pelaksanaan program, muncul sejumlah kendala, terutama terkait variasi tingkat literasi digital pelaku UMKM yang masih rendah serta keterbatasan akses terhadap perangkat digital dan jaringan internet, sehingga memengaruhi proses pembuatan dan verifikasi lokasi usaha di Google Maps. Kendala serupa juga ditemukan pada kegiatan pendampingan di daerah lain, di mana pelaku UMKM membutuhkan waktu lebih lama untuk memahami prosedur teknis platform tersebut dibandingkan pelatihan yang bersifat umum. Menurut Rohim et al. (2022), pendampingan tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga memerlukan pendekatan pendidikan berkelanjutan untuk memperkuat keterampilan teknologi pelaku UMKM.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa bimbingan pembuatan dan pemanfaatan lokasi usaha di Google Maps pada UMKM duplikat kunci di Desa Siwalankerto efektif mengatasi keterbatasan aksesibilitas dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku usaha. Hasil kegiatan membuktikan adanya peningkatan visibilitas usaha, kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi, serta bertambahnya interaksi digital melalui fitur informasi, foto, dan ulasan yang tersedia. Temuan ini menegaskan bahwa intervensi sederhana berbasis peta digital dapat memberikan dampak nyata terhadap penguatan kehadiran usaha di ruang digital.

Secara teoretis, kegiatan ini menguatkan bahwa digitalisasi berbasis lokasi merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM pada era pemasaran digital. Keunggulan program terletak pada pendekatan partisipatif dan praktik langsung yang mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan digital pelaku usaha. Namun demikian, keterbatasan literasi digital dan akses terhadap perangkat masih menjadi tantangan yang memengaruhi kecepatan adaptasi, sehingga diperlukan pendampingan berkelanjutan agar manfaat digitalisasi dapat dirasakan secara optimal dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak, terutama pelaku usaha yang telah berkenan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan digitalisasi marketing Desa Kebondalem melalui aplikasi Google Maps: Upaya meningkatkan pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 477–483. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>
- Aziezy, E., Koesoemasari, D. S. P., Pahlevi, A., Cahyo, H., & Lukmantoro, D. (2025). Revolusi digital UMKM: Strategi pemasaran efektif melalui penyematan lokasi di Google Maps. *Surya Abdimas*, 9(3), 488–494. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v9i3.5950>
- Chasanah, S. W., & Takarini, N. (2026). Pemberdayaan UMKM industri rumahan melalui optimalisasi Google Maps sebagai pemasaran digital di Kelurahan Mulyorejo Surabaya. *Pemberdayaan UMKM Industri*, 6(1), 195–202. <https://doi.org/10.56013/jak.v6i1.5089>
- Firdayanti, A., Z, Z., & Septarina, L. (2025). Utilizing Google Maps to optimize mapping of residents' business locations to improve access and promotion. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 4(2), 135–141. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v4i2.162>
- Helmina, H., Ahmad, S., & Ahmidi, A. (2025). Pendampingan pengelolaan Google Maps bagi pelaku UMKM di Kelurahan Padang Sukamara Kalimantan Tengah. *Rahmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 188–195. <https://doi.org/10.65065/1hsym188>
- Hidayah, I. (2025). Peran Google Maps dalam meningkatkan visibilitas UMKM: Studi kasus di Kecamatan Cileungsi, Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 37–41. <https://doi.org/10.37373/jvk.v1i1.1875>
- Ikrima, R. R., Mukaromah, F., Ferdiansyah, A., & Khoiriyah, S. (2025). Pemetaan digital Google Maps sebagai aksesibilitas dan promosi UMKM Desa Menjer. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 2(6), 247–253. <https://doi.org/10.62017/jpmi.v2i6.5768>
- Juhaidi, A., Rafiah, Afifah, A., & Hasanah, P. M. (2023). Pendidikan, kesehatan, dan kemiskinan: Studi tentang efek pendidikan terhadap kesehatan dan kemiskinan di Indonesia. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(4), 783–795. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v6i4.2655>
- Kasnelly, S., Afkari, S. F., Musdallifah, D., Marwiyah, M., Ehwan, M., & Agustia, U. (2025). Implementasi strategi pemasaran digital melalui optimalisasi Google Maps untuk meningkatkan visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1), 197–205. <https://doi.org/10.54459/al-amal.v5i1.1008>

- 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(6), 1265–1277. <https://doi.org/10.62668/sabangka.v4i06.1901>
- Muchlis, A. F. (2023). Metode penelitian survei-kuesioner untuk kesesakan dan privasi pada hunian asrama. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 12(3), 154–163. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v12i3.252>
- Naufal, J. M., Surbakti, S., Tampubolon, R. L., Silalahi, R., & Zakiah, W. (2024). Analisis dampak pendidikan dan akses keuangan terhadap penanggulangan kemiskinan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 2(1), 91–101. <https://doi.org/10.61132/jepi.v2i1.288>
- Nistor, P. P. (2024). The interview as a research technique in social work – Methodological and practical challenges. *Logos Universality Mentality Education Novelty: Social Sciences*, 13(2), 29–42. <https://doi.org/10.18662/lumenss/13.2/105>
- Permatasari, M. D., Fuadi, A., Wulandari, D. S., & Apriliani, F. (2025). Model pendampingan UMKM dalam meningkatkan kepatuhan pajak melalui optimalisasi pencatatan keuangan. *Jurnal Lentera Pengabdian*, 3(2), 190–197. <https://doi.org/10.59422/lp.v3i02.861>
- Rahmanida, S. E., Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., & Rahmawati, R. (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. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177>
- Rimadias, S., & Hibatillah, R. (2023). Pendampingan dan pembuatan media informasi, QRIS, dan Google Maps pada UMKM Warung Opa pada kawasan Kelapa Dua. *Asskruie: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 59–66. <https://doi.org/10.65190/637682>
- Rohim, R., Erlinda, I., Sholihah, E. L., Firmansyah, F. R., & Andriani, F. (2022). Digitalisasi UMKM melalui pelatihan Google Maps dan pemasaran online. *MIPI*, 5(2). <https://doi.org/10.37849/mipi.v5i2.314>
- Safitri, A. M., Damayanti, V., Kharismawan, A., Disa-ae, F., Yusuf, M. F., Sifa, H., Ramadhan, A., & Sunaryo. (2026). Peningkatan aksesibilitas UMKM melalui pemanfaatan Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 3(3), 173–182. <https://doi.org/10.62017/jpmi.v3i3.7090>
- Sibawaihi, M., Suradi, A. R., Ramli, F., & Ms, A. T. (2025). Digitalisasi UMKM: Pendampingan pembuatan Google Maps dan pemasangan banner dalam meningkatkan pemasaran lokal di Desa Gantiwarno. *Jurnal Pengabdian Inovasi dan Teknologi Kepada Masyarakat*, 5(1), 191–197. <https://doi.org/10.58794/jdt.v5i1.1343>
- Sucipto, K. R. R., Aras, R. A., Salam, M. F., Rahmawati, A., Afrizal, Y. H., & Rijal, S. (2025). UMKM go digital: Peningkatan literasi digital UMKM Kota Makassar pemanfaatan

- Google Maps dan media sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(3), 3731–3737. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i3.6633>
- Sukidin, S., Faridah, I., Putri, R. G., & Berliana, F. C. (2024). Access to health as a factor of poverty. *Bina Bangsa International Journal of Business and Management*, 4(3), 258–263. <https://doi.org/10.46306/bbijbm.v4i3.103>
- Susanto, T. T. D., Malyka, A., Fauzi, H., Faradisa, N., Rifatul, N., & Malfanda, T. (2025). Biaya tersembunyi dan ketimpangan akses pendidikan di Indonesia: Analisis kebijakan dan dampak sosial-ekonomi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 3282–3288. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1021>
- Wulandari, E., Aeni, S. N., Azahra, N. N., & Amruloh, D. A. G. (2025). Pemanfaatan Google Maps dalam upaya peningkatan penjualan UMKM sektor kuliner di Purwakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 8344–8353. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3039>
- Yuliana, Y., Jannah, M., Haryafitri, P. D., Raufa, K., Wulandari, F., Defrianita, L., & Rahmat, A. (2025). Pemanfaatan Google Maps dan konten digital untuk meningkatkan visibilitas UMKM kuliner di Nagari Maninjau. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(6), 6237–6241. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i6.54087>
- Zamzami, M. F. (2025). Pendampingan digitalisasi UMKM: Pembuatan promosi digital melalui media. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 165–175. <https://doi.org/10.30656/g7xhf350>