



DIGITALISASI MARKETING DENGAN PEMBUATAN TITIK LOKASI GOOGLE MAP TERHADAP BEBERAPA UMKM DI DESA TANJUNG ATAP BARAT

Andi Wijaya¹, Maria Lusia², Iqbal Dwi Putra³, Aditya Pratama⁴, Refi Sepia⁵, Putri Diana Sari⁶, Izzati Ruziah⁷, Vivin Imelia⁸,
Muhammad Ikhwan⁹, Agustianto¹⁰, Vemas Syahdilli¹¹

¹Prodi Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Palembang

²Prodi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palembang

^{3,8}Prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Palembang

⁴Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palembang

^{5,6,7,9,10,11}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang

⁶Prodi Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palembang

Email : andimispharmanto185@gmail.com

Abstrak

Pesatnya perkembangan era digital telah menghadirkan peluang besar dalam mendukung pengelolaan usaha, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, sebagian besar UMKM di Desa Tanjung Atap Barat masih mengandalkan strategi pemasaran konvensional, sehingga akses pasar menjadi terbatas. Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) 64 Universitas Muhammadiyah Palembang, dilakukan kegiatan pengabdian berupa pembuatan titik lokasi Google Maps bagi beberapa UMKM di desa tersebut. Metode kegiatan meliputi identifikasi UMKM, observasi awal, pembuatan titik lokasi usaha melalui Google Maps, serta penyerahan hasil kepada pelaku usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM belum memiliki identitas digital, sehingga promosi masih bersifat lokal. Pembuatan titik lokasi di Google Maps memberikan identitas digital baru, meningkatkan aksesibilitas usaha, serta memperluas jangkauan pemasaran tanpa biaya tambahan. Selain itu, kegiatan ini mendorong peningkatan literasi digital pelaku usaha sebagai langkah awal untuk mengoptimalkan teknologi dalam pengelolaan usaha. Dengan demikian, pemanfaatan peta digital berbasis Google Maps terbukti efektif sebagai alternatif strategi promosi dan media pendukung dalam memperkuat daya saing UMKM di era transformasi digital.

Kata Kunci : Google maps, UMKM, Pemasaran digital

Abstract

The rapid development of the digital era has created significant opportunities to support business management, particularly for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, most MSMEs in Tanjung Atap Barat Village still rely on conventional marketing strategies, which limit their market reach. Through the Community Service Program (KKN) 64 of Universitas Muhammadiyah Palembang, an initiative was carried out to create Google Maps location points for several MSMEs in the village. The method included MSME identification, initial observation, location point creation on Google Maps, and the handover of results to business owners. The findings revealed that the majority of MSMEs lacked digital identity, resulting in limited promotion only within local areas. The creation of Google Maps location points provided new digital identities, improved business accessibility, and expanded market reach without additional costs. Furthermore, this activity increased the digital literacy of business owners as an initial step to optimize technology in business management. Therefore, the utilization of digital maps through Google Maps has proven effective as an alternative promotional strategy and supporting medium to strengthen the competitiveness of MSMEs in the digital transformation era.

Keyword : Google Maps, MSMEs, Digital Marketing

This is an open access article under the CC BY-SA License.

Penulis Korespondensi:

Nama Lengkap : Andi Wijaya

Universitas : Muhammadiyah Palembang

Email : andimispharmanto185@gmail.com

Doi :



Pendahuluan

Pesatnya perkembangan era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam perencanaan dan pengelolaan wilayah (Diana & Sari, 2024). Teknologi informasi menjadi salah satu pilar utama dalam mendukung transformasi tersebut (Harefa & Lase, 2025). Salah satu inovasi yang terus berkembang adalah pemanfaatan peta digital, yang tidak hanya berperan dalam mempermudah pengambilan keputusan, tetapi juga memberikan visualisasi data geografis secara lebih praktis, efisien, dan akurat (Utamie et al., 2024). Teknologi ini menjadi solusi penting dalam berbagai aktivitas, mulai dari identifikasi serta navigasi lokasi strategis, perencanaan tata ruang, hingga pemetaan potensi sumber daya suatu daerah (Amiany, 2017).

Pemanfaatan sistem informasi geografis yang terintegrasi dengan perangkat Android memperkuat mobilitas pengguna (Lengkong et al., 2015). Aplikasi seperti Google Maps, misalnya, memberikan beragam manfaat, antara lain mempercepat pencarian lokasi, meningkatkan aksesibilitas, memudahkan penyimpanan, serta memungkinkan pembaruan peta secara lebih cepat dibandingkan peta konvensional (Erlan Dwisnu, Ovita Charolina, Yuli Yusnita, Nansi Riandita, 2025). Dengan demikian, kehadiran peta digital semakin relevan tidak hanya untuk kepentingan individu, tetapi juga untuk mendukung aktivitas ekonomi masyarakat.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah salah satu jenis bisnis mikro yang mempunyai peranan penting dalam meningkatkan dan mengembangkan perekonomian daerah. Usaha mikro atau UMKM dapat dikelola oleh satu orang atau lebih, hingga perusahaan besar (Hafsah, 2004). Peran UMKM menunjang perekonomian, membuka lowongan kerja baru, dan meningkatkan distribusi pendapatan masyarakat (Arsyi Anistia Safari et al., 2023). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran utama dalam mengurangi tingkat pengangguran, menciptakan lowongan kerja, memperkecil tingkat kesengsaraan, dan meninggikan kesejahteraan (Salman Al Farisi, 2022).

UMKM juga memiliki pasar yang unik dan manajemen yang fleksibel dalam merespon perubahan pasar (Novrina et al., 2025). Namun, beberapa kelemahan menjadi faktor penghambat, seperti sumber daya manusia yang terbatas, pemasaran yang terbatas, rendahnya kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk, dan masalah permodalan yang terbatas (Hafsah, 2004). Selain itu, kesenjangan antara faktor internal dan eksternal yang menghambat para UMKM untuk mendapatkan dukungan termasuk akses terhadap kredit. UMKM memiliki beberapa manfaat, yaitu menciptakan lapangan kerja, secara tidak langsung UMKM memberikan lapangan kerja, sehingga pemerintah terbantu dalam pengurangan tingkat pengangguran (Shalsa Dela Nur Septi, 2014).

Perkembangan teknologi digital turut membuka peluang pemasaran berbasis daring bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian masyarakat, khususnya di tingkat desa, karena mampu menyerap tenaga kerja serta meningkatkan pendapatan lokal (Srijani, 2020). Namun, masih banyak UMKM yang menghadapi kendala dalam hal promosi dan pemasaran produk, sehingga jangkauan konsumen terbatas pada wilayah sekitarnya (Mokodaser et al., 2022).

Desa Tanjung Atap Barat merupakan salah satu desa yang memiliki potensi UMKM cukup beragam, mulai dari kerajinan Aluminium hingga kerajinan tikar purun (Wandira, Ayu, Azizah Husin, 2025). Namun, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih mengandalkan metode

pemasaran konvensional, seperti promosi dari mulut ke mulut atau tatap muka langsung. Minimnya pemanfaatan teknologi digital, terutama dalam penentuan dan publikasi titik lokasi usaha secara daring, menjadi faktor yang menghambat aksesibilitas konsumen yang lebih luas.

Pembuatan titik google maps di beberapa umkm pada Desa Tanjung Atap Barat bertujuan untuk meningkatkan literasi digital UMKM serta memfasilitasi promosi berbasis lokasi agar usaha lebih mudah diakses oleh masyarakat luas dan menjadi solusi media alternatif untuk pemasaran umkm yang berlokasi di Desa Tanjung Atap Barat.

Metode Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada saat pelaksanaan KKN 64 Universitas Muhammadiyah Palembang pada bulan 19 Juli 2025 di Desa Tanjung Atap barat, Kecamatan Tanjung batu, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan (Wijaya et al., 2025). Tim KKN dan penulis yang merupakan salah satu anggota KKN Posko 18 telah bekerja sama dengan salah satu mitra UMKM di Desa Tanjung Atap Barat. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi UMKM

Langkah pertama adalah melakukan pendataan dan identifikasi pelaku UMKM di Desa Tanjung Atap Barat yang belum memiliki titik lokasi digital di Google Maps. Proses ini dilakukan melalui koordinasi dengan perangkat desa serta wawancara singkat dengan pelaku usaha (Habibi et al., 2022). Pertanyaan difokuskan pada jenis produk yang ditawarkan, strategi promosi yang selama ini digunakan, serta kendala yang dihadapi dalam memperluas jangkauan pasar. Dari tahap ini diperoleh informasi dasar mengenai kondisi dan kebutuhan setiap UMKM sebagai landasan untuk kegiatan selanjutnya.

2. Observasi Awal

Tahap berikutnya adalah melakukan pengamatan lapangan untuk melihat strategi pemasaran yang sudah dijalankan sebelum adanya penerapan digitalisasi. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih mengandalkan promosi konvensional, seperti rekomendasi dari mulut ke mulut dan pemasangan papan nama usaha (Huda et al., 2025). Keterbatasan pengetahuan teknologi serta rendahnya literasi digital menjadi hambatan utama dalam mengembangkan akses pasar (Yuniati & Supriadin, 2024). Observasi ini penting agar dapat dipahami posisi awal UMKM sebelum dikenalkan pada pemasaran berbasis lokasi digital.

3. Pembuatan Titik Lokasi Google Maps

Tahap inti kegiatan adalah membantu UMKM dalam membuat titik lokasi usaha melalui Aplikasi Google maps. Proses ini meliputi pembuatan atau penggunaan akun Google, pengisian data usaha seperti nama, alamat lengkap, nomor kontak, jam operasional, hingga pengunggahan foto produk maupun lokasi (Rahmanida et al., 2025). Selanjutnya, titik koordinat usaha ditentukan agar tampil akurat di Google Maps. Tim juga mendampingi proses verifikasi dari Google sehingga profil usaha dapat resmi muncul di hasil pencarian. Dengan adanya titik lokasi ini, UMKM memiliki identitas digital yang lebih mudah ditemukan oleh konsumen.

4. Penyerahan hasil pembuatan kepada UMKM

Setelah titik lokasi berhasil dibuat dan diverifikasi, tahap selanjutnya adalah penyerahan hasil kepada pemilik usaha. Pada tahap ini, pelaku UMKM diberi informasi bahwa lokasi usahanya

telah berhasil ditambahkan di Google Maps dan dapat langsung digunakan sebagai saran promosi.

Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui program KKN 64 Universitas Muhammadiyah Palembang yang dilaksanakan di Desa Tanjung Atap Barat berhasil memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan literasi digital pelaku UMKM. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha di desa ini belum memiliki identitas digital berupa titik lokasi di Google Maps. Selama ini promosi usaha hanya mengandalkan cara konvensional, seperti rekomendasi dari pelanggan lama dan pemasangan papan nama di sekitar lokasi usaha. Kondisi ini membatasi jangkauan pemasaran karena konsumen dari luar desa sulit mengetahui keberadaan usaha tersebut .

Observasi awal yang dilakukan juga memperlihatkan kendala utama sebagian besar pelaku UMKM belum terbiasa menggunakan perangkat berbasis internet sebagai sarana pengembangan usaha. Mereka hanya menguasai penggunaan media komunikasi sederhana, sementara peluang pemanfaatan media digital belum sepenuhnya tersentuh. Akibatnya, produk yang dihasilkan hanya beredar di wilayah lokal dan belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas (Harwindito et al., 2025). Temuan ini mempertegas bahwa peningkatan keterampilan digital menjadi kebutuhan penting bagi UMKM agar mampu bersaing di era transformasi digital.



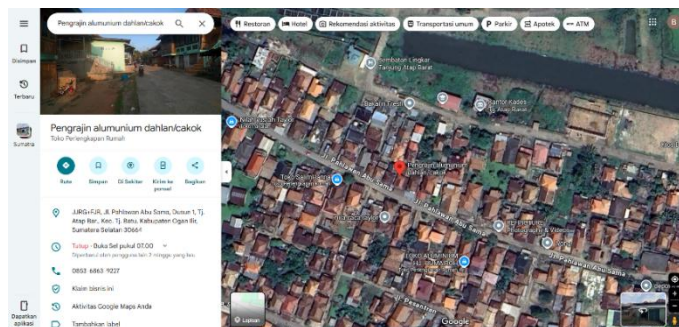
Gambar 1. Observasi dan sosialisasi tentang google maps

Tahapan inti berupa pembuatan titik lokasi di Google Maps berhasil dilaksanakan melalui pendampingan langsung. Proses yang dilakukan meliputi pembuatan atau penggunaan akun Google, pengisian data usaha seperti nama, alamat, nomor kontak, dan jam operasional, hingga pengunggahan foto produk dan dokumentasi lokasi. Penentuan titik koordinat dilakukan agar usaha tampil secara akurat pada pencarian Google Maps maupun Google Search. Setelah melalui tahap verifikasi dari pihak Google, profil usaha resmi aktif dan dapat diakses publik. Keberadaan profil digital ini memberikan identitas baru bagi UMKM, sekaligus memperkuat citra usaha di ruang digital karena konsumen dapat melihat informasi yang lebih lengkap dan kredibel.



Gambar 2. Proses pembuatan titik google maps

Tahap akhir berupa penyerahan hasil kepada pelaku UMKM dilakukan dengan pemberitahuan bahwa lokasi usaha mereka telah berhasil ditambahkan di Google Maps. Hal ini memberi rasa percaya diri baru bagi para pelaku usaha karena mereka kini memiliki sarana promosi digital yang dapat diakses oleh konsumen dari berbagai daerah. Meskipun pada tahap ini mereka belum sepenuhnya memahami cara pengelolaan lanjutan, keberadaan titik lokasi di Google Maps menjadi langkah awal yang penting untuk membuka peluang promosi berbasis teknologi.



Gambar 3. Penyerahan hasil Pembuatan titik google maps

Dampak awal dari kegiatan ini cukup signifikan. Keberadaan titik lokasi ini sekaligus berperan sebagai media promosi yang efektif tanpa memerlukan biaya tambahan. Lebih jauh, kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran digital di kalangan pelaku UMKM bahwa teknologi memiliki peran penting dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Dengan

pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan UMKM di Desa Tanjung Atap Barat mampu mengoptimalkan penggunaan Google Maps dan platform digital lainnya untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka.

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan melalui program KKN 64 Universitas Muhammadiyah Palembang di Desa Tanjung Atap Barat memberikan hasil yang positif dalam upaya meningkatkan literasi digital pelaku UMKM. Pembuatan titik lokasi di Google Maps terbukti mampu menjadi solusi sederhana namun efektif untuk memperluas jangkauan pemasaran. Selain menghasilkan identitas digital berupa profil usaha di Google Maps, kegiatan ini juga memberikan dampak sosial berupa meningkatnya kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha.

Daftar Pustaka

- Amiany, A. (2017). Pemanfaatan Aplikasi Gis Dalam Penataan Ruang. *Jurnal Teknologi Informasi: Jurnal Keilmuan Dan ...*, 11(2), 9–12. <https://E-Journal.Upr.Ac.Id/Index.Php/Jti/Article/Download/538/471>
- Arsyi Anistia Safari, Efni Anita, & Ahmad Syahrizal. (2023). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Umkm Tahu Desa Mendis Kabupaten Musi Banyuasin). *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(4), 01–17. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.V1i4.430>
- Diana, B. A., & Sari, J. A. (2024). Dampak Transformasi Digitalisasi Terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 9(2), 88–96.
- Erlian Dwisnu, Ovita Charolina, Yuli Yusnita, Nansi Riandita, A. H. (2025). *Pelatihan Pembuatan Titik Google Maps Untuk*. 15–18.
- Habibi, N. S., Fitrianti, R. N., Efendi, J., & Kasanova, R. (2022). Pengembangan Pemasaran Produk Umkm Di Desa Larangan Tokol Jawa Timur. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(3), 2275. <https://doi.org/10.31764/jmm.V6i3.8454>
- Hafsah, M. . J. (2004). Upaya Pengembangan Usaha, Mikro, Kecil, Dan Menengah Umkm. *Jurnal Infoskop*, 1(Upaya Pengembangan Umkm), 1. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Harefa, F., & Lase, D. H. (2025). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Transformasi Digital Dan Inovasi Dalam Organisasi. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, 2(1), 7–12. <https://doi.org/10.70134/identik.V2i1.156>
- Harwindito, B., Widodo, B., Suheryadi, H., & Saptadinata, A. (2025). Transformasi Digital Umkm: Strategi Memperluas Pasar Online Produk Telur Asin (Studi Kasus Usaha Mikro Jalu Gading). *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 10(1), 57–66. <https://doi.org/10.56743/jstp.V10i1.285>
- Huda, M., Fatoni, A., Alfina Nurcahyani, R., Hasanatul Aulia, N., Aulia Safitri, G., Miftakhul Jannah, P., Yolanda, F., Suryadie Putri, L., Fadillah Rahman, P., Azizah, N., Nabila Rosyida, H., Maryam, R., & Maryam, N. (2025). Optimalisasi Digital Marketing Dan Rebranding Logo Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Umkm: Studi Kasus Umkm Kerupuk Dua Udang Di Ngawi Optimization Of Digital Marketing And Logo Rebranding As An Effort To Enhance

-
- Msme Marketing: A Case Study Of Kerupuk Dua Udang Msme In Ngawi. *Nusantara Hasana Journal*, 4(11), Page.
- Lengkong, H. N., Sinsuw, A. A. E., & Lumenta, A. S. . (2015). Perancangan Penunjuk Rute Pada Kendaraan Pribadi Menggunakan Aplikasi Mobile Gis Berbasis Android Yang Terintegrasi Pada Google Maps. *E-Journal Teknik Elektro Dan Komputer*, 2015(2015), 18–25.
- Mokodaser, A. B., Maramis, M., & Tooy, C. (2022). Dampak Digitalisasi Perdagangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dari Offline Menjadi Online Selama Masa Pandemi Covid-19. *Lex Privatum*, 10(4), 1–14.
- Novrina, P. D., Nanda, A. E., & Daeli, A. S. (2025). *Peran Pemerintah Dan Manajemen Pemasaran Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil Dan*. 11, 84–94.
- 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>
- Salman Al Farisi. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Shalsa Dela Nur Septi, R. R. A. (2014). Pemanfaatan Google Maps Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal. *Procedia Manufacturing*, 1(22 Jan), 1–17.
- Srijani, K. N. (2020). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/Equilibrium.V8i2.7118>
- Utamie, Z. R., Widiанти, S. F., Ainoen, L., Tanjung, M. F., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., & Lampung, K. B. (2024). Optimalisasi Penggunaan Peta Digital : Pembuatan Titik Maps Di Pekon Bahway , Lampung Barat Titik Maps Di Pekon Bahway , Lampung Barat. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 2(9).
- Wandira, Ayu, Azizah Husin, A. S. (2025). *Upaya Pemberdayaan Oleh Pemerintah Bagi Pengrajin Peralatan Rumah Tangga Berbahan Aluminium (Studi: Desa Tanjung Atap Kabupaten Ogan Ilir)*. 10.
- Wijaya, A., Athina, R. H., & Sanjaya, M. A. (2025). Penguatan Identitas Produk Lokal Dan Kelestarian Lingkungan: Desain Label Kerupuk Kembang Seru Dan Revitalisasi Toga. *Prosiding Kuliah Kerja Nyata (Kkn)*, 3(1), 90–97.
- Yuniati, M., & Supriadin, S. (2024). Penerapan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Akses Pasar Umkm Di Sektor Kreatif Pendekatan Media Sosial. *Economica Insight*, 1(1), 7–12. <https://doi.org/10.71094/Ecoin.V1i1.26>