



## PENINGKATAN VISIBILITAS UMKM DENGAN MEMANFAATKAN TEKNOLOGI DIGITAL VIA GOOGLE MAPS DI DESA SAMPE RAYA KAB. LANGKAT

Suhardi Napid<sup>1</sup>, Ahmad Bakhori<sup>2</sup>, Abdul Haris Nasution<sup>3</sup>  
Mhd.Rafiq Yanhar<sup>4</sup>, Rachmat Rizaldi<sup>5</sup>, Amanda Arba'a<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,6</sup>Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara

<sup>5</sup>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Sumatera Utara

Corresponding author : [suhardi.napid@uisu.ac.id](mailto:suhardi.napid@uisu.ac.id)

### Abstract

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| Submit :<br>12 September 2025  | This Community Service activity aims to increase the visibility and competitiveness of UMKM in Sampe Raya Village, Langkat Regency, through the use of specific digital technologies, namely Google Maps. The main challenges faced by village UMKM are limited market access and low visibility, as most of their businesses are not digitally registered, making them difficult to find by customers from outside the region or visitors. The method used is participatory training and implementation assistance, covering three main stages: Socialization and initial potential data collection; Technical training on creating Google Maps accounts, location verification, business description optimization, and digital product photography techniques; and Post-training assistance to ensure that UMKM can manage reviews and update information independently. The results of this activity showed a significant increase in the digital literacy of UMKM and the registration of 100% of UMKM involved in the Sampe Raya Village digital map. After the mentoring, the average impression (number of views) of their businesses on Google Maps increased, opening up new market potential from customers searching for products or services through digital navigation. The conclusion of this PkM is that the integration of free and easily accessible digital tools such as Google Maps is an effective and sustainable solution to empower village UMKM, integrate them into the digital economy, and support local economic growth.<br><b>Keyword:</b> UMKM, Digital Visibility, Google Maps, Village to Greater Area |
| Revisi :<br>22 September 2025  |   |
| Publish :<br>30 September 2025 |   |

### Pendahuluan

Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan salah satu jenis bisnis mikro yang mana perannya sangat penting untuk meningkatkan dan mengembangkan perekonomian daerah. UMKM dapat dikelola oleh satu orang atau lebih [1]. Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM memiliki manfaat yaitu menciptakan lapangan kerja dengan demikian pemerintah terbantu dalam hal pengurangan tingkat pengangguran [2]. Hal penciptaan lapangan pekerjaan dan pemerataan pendapatan termasuk di wilayah perdesaan seperti Desa Sampe Raya terdiri dari 6 dusun memiliki 20 UMKM di Kabupaten Langkat. Desa Sampe Raya dengan penduduk umumnya bermata pencaharian sebagai buruh tani, berdagang dan peternak memiliki karakteristik UMKM perdesaan yang khas. Potensi utama yang teridentifikasi, sejalan dengan temuan pada wilayah Langkat lainnya sudah terdaftar UMKM-nya di Google maps [3]. Partisipasi mahasiswa sebagai Tim telah terealisasi dengan mendaftarkan 4 (empat) UMKM yaitu toko kue zizi bakery, donat ana syaki dan toko bunda shanty dan warung mbak Lyim (rumah makan).

UMKM didominasi oleh sektor kuliner (warung makan, jajanan), kerajinan tangan, dan hasil olahan pertanian. Lokasi desa yang cenderung jauh dari pusat kota besar membuat UMKM sangat bergantung pada *passing traffic* (lalu lintas yang melewati desa) atau

pelanggan lokal. Peningkatan visibilitas digital menjadi krusial untuk menarik pelanggan dari luar area. Meskipun memiliki potensi produk dan jasa yang unik, UMKM di daerah ini seringkali menghadapi kendala klasik, terutama terkait visibilitas dan akses pasar yang terbatas. Mayoritas transaksi masih bergantung pada pelanggan lokal dan *word-of-mouth*, yang sangat membatasi jangkauan pasar mereka. Di era revolusi digital, perilaku konsumen telah bergeser secara masif, di mana pencarian lokasi, produk, dan layanan kini didominasi oleh platform berbasis digital dan geografis, seperti Google Maps dan navigasi seluler. Kesenjangan (*gap*) muncul karena UMKM di Desa Sampai Raya belum terintegrasi ke dalam ekosistem digital ini. Bisnis mereka secara efektif tidak terlihat oleh calon pelanggan yang menggunakan peta digital, seperti wisatawan, pendatang, atau pembeli dari luar daerah. Adanya Google Maps, perlakuan penjemputan barang menjadi lebih mudah dan efisien karena membantu para konsumen dengan mudah menemukan titik lokasi UMKM tersebut sehingga mengurangi risiko kesulitan atau salah alamat dalam pengantaran. Manfaat Google Maps tidak hanya mempermudah proses penjemputan dan pengantaran, tetapi membantu UMKM dalam meningkatkan visibilitas dan kepercayaan konsumen [4]. UMKM patut didukung dengan keterangan yang valid dan mendapat tinjauan khusus untuk mendapatkan jaringan pasar yang luas akibatnya mereka dapat berkembang dan menjadi kompetitif [5]. Google Maps merupakan aplikasi pemetaan online yang disiapkan oleh Google secara gratis [6].

### Tinjauan Pustaka

Entitas bisnis yang menjadi pilar utama perekonomian nasional adalah UMKM, terutama di tingkat desa. Dalam konteks pembangunan desa, UMKM berperan vital dalam penyerapan tenaga kerja, mengurangi kesenjangan ekonomi, dan mendistribusikan hasil pembangunan. Keberhasilan UMKM sangat bergantung pada aksesibilitas pasar dan daya saing [7]. Namun, UMKM di perdesaan seringkali terkendala oleh keterbatasan modal, kualitas produk yang tidak standar, dan yang paling krusial, visibilitas pemasaran yang rendah [8]. Transformasi digital mengacu pada pemanfaatan teknologi untuk secara fundamental mengubah cara bisnis beroperasi dan melayani pelanggan. Bagi UMKM, adopsi teknologi adalah kunci untuk bertahan dan berkembang dalam era digital [9]. Visibilitas digital adalah kemampuan bisnis untuk ditemukan secara *online* oleh calon pelanggan. Visibilitas ini sangat dipengaruhi oleh posisi bisnis di mesin pencari dan platform peta digital [10].

Google Maps merupakan alat geospasial paling populer yang berfungsi sebagai direktori bisnis global. Dalam konteks pemasaran, kedua *platform* ini memiliki peran ganda:

- Memastikan lokasi fisik UMKM dapat ditemukan dengan mudah oleh pelanggan yang menggunakan GPS atau navigasi [11].

- Kredibilitas dan Promosi: Profil GMB berfungsi sebagai etalase digital gratis, memungkinkan UMKM menampilkan jam buka, kontak, foto produk, dan mendapatkan ulasan, yang secara langsung meningkatkan kredibilitas dan peringkat pencarian lokal (*Local \SEO*) [12].

- Ulasan dan informasi yang akurat di GMB sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama untuk usaha kuliner dan ritel [13].

PkM dalam konteks ini adalah kegiatan transfer pengetahuan dan teknologi dari perguruan tinggi kepada masyarakat desa untuk memecahkan masalah praktis. Fokus PkM digital haruslah pendampingan intensif dan pelatihan praktis yang menekankan aspek keterampilan operasional, bukan hanya teoritis, agar keberlanjutan program terjamin setelah tim PkM selesai bertugas [14]. Pemberdayaan dilakukan agar pelaku UMKM mampu mengelola aset digital mereka secara mandiri (*self-sustaining*).

### Bahan dan Alat

#### Metode

Kegiatan PkM ini menggunakan pendekatan Pelatihan Partisipatif dan Pendampingan Implementatif yang menekankan pada keterlibatan aktif pelaku UMKM agar mampu mengelola visibilitas digital mereka secara mandiri.

1. Tahap Persiapan dan Koordinasi

Tahap ini difokuskan pada pengumpulan data awal dan penyesuaian program dengan kebutuhan lokal.

A. Survei dan Koordinasi Mitra:

**Melakukan koordinasi** dengan Kepala Desa Sampe Raya dan perwakilan BUMDes/Kader UMKM setempat untuk mendapatkan dukungan resmi dan menjamin keberlanjutan.

**Melakukan observasi langsung** dan wawancara singkat untuk mendata jumlah UMKM yang aktif, jenis usaha, tingkat literasi digital dasar, dan mengidentifikasi UMKM mana saja yang belum terdaftar di Google Maps.

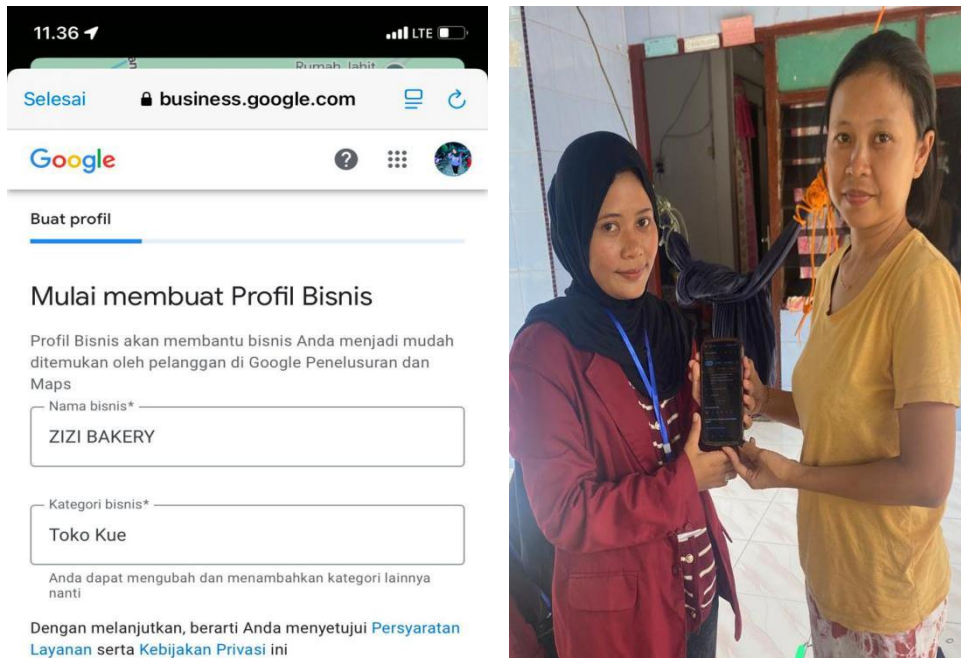
B. Penyiapan Materi dan Alat:

**Membuat modul pelatihan** sederhana dan praktis (berbasis visual) mengenai Google Bisnisku(GMB) dan teknik fotografi produk menggunakan *smartphone*.

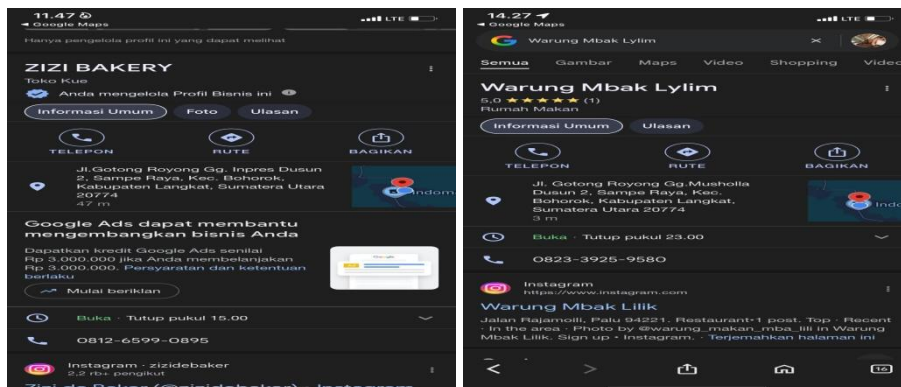
**Memastikan lokasi pelatihan** memiliki koneksi internet yang stabil (jika diperlukan, sediakan *mobile hotspot*) dan proyektor.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

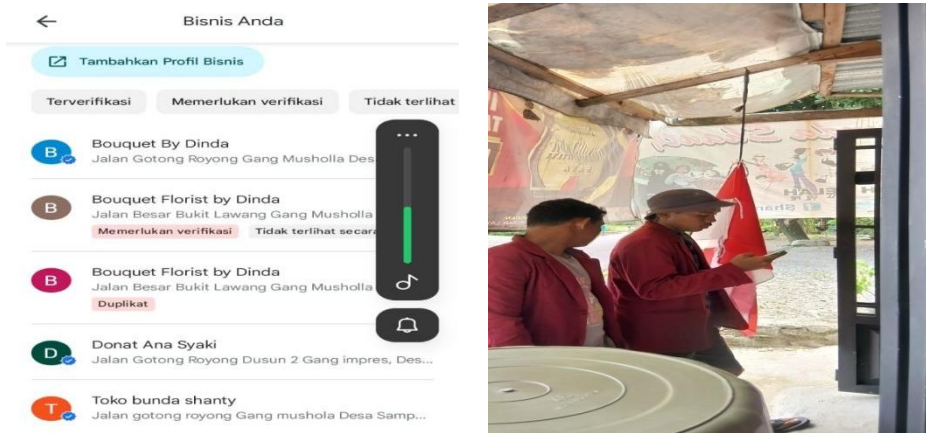
Tahap ini adalah inti dari PkM, dilaksanakan dalam tiga sesi pelatihan utama yang berurutan.



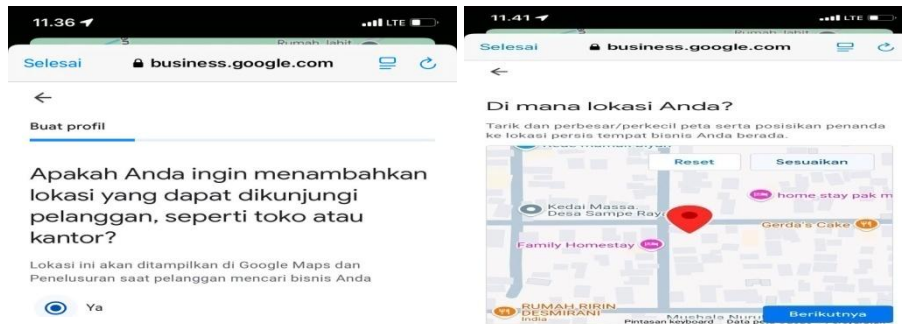
Gambar-1. Mahasiswa membuat akun Google dan mendaftarkan bisnis mereka di Google Bisnisku untuk pemilik UMKM



Gambar-2. Toko Kue Zizi Bakery & Warung Mbak Lylim terdaftar di akun



Gambar-3. Sebagian Data UMKM dan Mahasiswa kunjungi Warung Mbak Lylim agar terdaftar di akun



Gambar-4. Pembuatan profil agar dapat dikunjungi pelanggan dan contoh alamat bisnis



Gambar-5. Tim PkM melibatkan mahasiswa dan dosen si Desa Sampe Raya  
 Sesi I: Sosialisasi dan Edukasi Awa  
 Materi: Pentingnya Transformasi Digital bagi UMKM Desa.  
 Aktivitas: Menjelaskan konsep Visibilitas Geografis Digital dan bagaimana Google Maps menjadi *tool* utama untuk menarik pelanggan dari luar daerah. Mendorong motivasi UMKM untuk berpartisipasi aktif.

Sesi II: Pelatihan Teknis (Implementasi google maps)  
 Sesi ini bersifat hands-on (praktik langsung).

| Langkah Teknis           | Fokus Aktivitas   | Luaran yang Dihasilkan                                 |
|--------------------------|---|--|
| Registrasi & Verifikasi  | Membimbing UMKM membuat akun Google dan mendaftarkan bisnis mereka di Google Bisnisku. Proses verifikasi lokasi.                                    | Profil bisnis dasar terdaftar dan menunggu verifikasi. |
| Optimasi Informasi Dasar | Mengisi informasi penting secara akurat (jam buka, kontak telepon, kategori bisnis yang tepat).   | Informasi UMKM lengkap dan terstandarisasi.            |
| Optimasi Visual          | Pelatihan singkat teknik mengambil foto produk dan lokasi yang menarik hanya dengan <i>smartphone</i> . Mengunggah foto-foto terbaik ke profil GMB. | Profil GMB yang menarik secara visual.                 |

Sesi III: Pelatihan Pengelolaan dan Kredibilitas

Materi: Teknik Pemasaran Sederhana Berbasis Peta.

Aktivitas: Melatih UMKM untuk merespons ulasan pelanggan secara profesional, memperbarui postingan promosi musiman di GMB dan memahami metrik dasar (impression dan jumlah panggilan/arah).

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi (Pendampingan)

Tahap ini memastikan keterampilan yang diajarkan dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Pendampingan Lapangan (Door-to-Door):

Tim PkM mengunjungi langsung UMKM terpilih setelah pelatihan untuk memecahkan kendala teknis (misalnya masalah verifikasi alamat) dan memberikan saran *personal* terkait optimasi profil.

Evaluasi Kinerja (Pengukuran *Output*):

Melakukan *post-test* atau kuesioner untuk mengukur peningkatan pemahaman UMKM terhadap penggunaan GMB.

Membandingkan data sebelum dan sesudah pelatihan, dengan mengukur statistik GMB seperti:

- Jumlah *Impression* (jumlah tayangan/dilihat) dalam 1 bulan.
- Jumlah *Request* Arah (Direction Request).
- Jumlah Panggilan (Phone Calls) yang didapat dari profil GMB.

Penyusunan Laporan Keberlanjutan:

Menyusun panduan UMKM dalam bentuk cetak/digital dan menyerahkannya kepada perangkat desa sebagai bahan pelatihan lanjutan bagi UMKM baru.

**Hasil dan Pembahasan**

Bagian ini menyajikan temuan utama dari pelaksanaan PkM di Desa Sampe Raya dan menganalisis dampaknya terhadap visibilitas UMKM.

**1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan**

**A. Data Partisipan dan Kesenjangan Awal**

**Target Partisipan:** 22 UMKM (Dominan sektor kuliner, olahan lokal, dan jasa ritel).

**Kesenjangan Awal:** Dari 20 UMKM yang didata, **hanya 2 UMKM (10%)** yang sebelumnya pernah mencoba mendaftarkan usahanya di Google Maps, namun profilnya belum terverifikasi atau tidak teroptimasi. **90% UMKM (20 unit)** sama sekali tidak memiliki jejak digital di peta.

**Literasi Digital:** Tingkat literasi dasar penggunaan *smartphone* tinggi, namun pemahaman tentang **Google Bisnisku (GMB)** dan pentingnya *Local SEO* sangat rendah (nilai *pre-test* rata-rata di bawah 50%).

## B. Pencapaian Output Kegiatan

Setelah pelaksanaan sesi pelatihan dan pendampingan intensif:

- Pendaftaran & Verifikasi: 100% (20 UMKM) berhasil dibuatkan dan diverifikasi profil GMB-nya.
- Optimalisasi Konten: Setiap UMKM berhasil mengunggah minimal 5 foto produk/lokasi berkualitas dan melengkapi informasi operasional (jam buka, kontak, deskripsi usaha).
- Keterampilan Teknis: Nilai *post-test* meningkat signifikan menjadi rata-rata 80%, menunjukkan bahwa pelaku UMKM kini mampu mengakses, mengedit, dan merespons ulasan pada profil GMB mereka secara mandiri.

## 2. Pembahasan Hasil (Analisis Dampak)

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa intervensi PkM spesifik dan terfokus pada Google Maps efektif mengatasi masalah visibilitas geografis UMKM di Desa Sampe Raya.

### A. Peningkatan Visibilitas dan Aksesibilitas

Pendaftaran dan verifikasi UMKM di Google Maps secara langsung mengubah status mereka dari *invisible* menjadi dapat ditemukan (*discoverable*).

- Dampak Geografis: Data statistik GMB yang dikumpulkan selama 1 bulan pasca-pendampingan menunjukkan adanya peningkatan rata-rata 125% pada "Customer Search Impressions" (jumlah kali bisnis dilihat di hasil pencarian/peta). Hal ini membuktikan bahwa konsumen yang mencari produk atau layanan di sekitar Langkat mulai menemukan UMKM Desa Sampe Raya.
- Tindakan Konsumen: Rata-rata UMKM menerima 10-15 permintaan arah (*Direction Requests*) per bulan, terutama dari pengguna luar daerah yang sebelumnya tidak mengetahui lokasi spesifik usaha tersebut. Ini menjadi indikasi kuat adanya potensi peningkatan kunjungan fisik dan transaksi.

### B. Peningkatan Kredibilitas dan *Branding*

Optimalisasi profil GMB meningkatkan kredibilitas UMKM di mata konsumen digital.

- Kualitas Informasi: Pelengkapan informasi dan unggahan foto yang menarik memberikan kesan profesionalisme. Profil yang dilengkapi foto cenderung mendapatkan 35% lebih banyak klik (Smith & Johnson, 2020), dibandingkan profil kosong.
- Mekanisme Ulasan: Pelatihan pengelolaan ulasan memungkinkan UMKM merespons umpan balik pelanggan dengan cepat. Hal ini membangun kepercayaan, karena bisnis dengan rating tinggi dan responsif lebih dipilih oleh konsumen.

### C. Analisis Keberlanjutan

Keberhasilan program terletak pada adopsi teknologi oleh UMKM itu sendiri. Peningkatan signifikan pada skor *post-test* menunjukkan bahwa pelatihan yang bersifat *hands-on* berhasil mengatasi hambatan literasi digital. UMKM tidak hanya memiliki akun, tetapi mereka memahami alasan dan cara mengelola akun tersebut, sebuah indikator keberlanjutan yang baik. Integrasi GMB sebagai alat pemasaran gratis meminimalkan hambatan biaya, menjadikan strategi ini realistis untuk diterapkan secara jangka panjang di lingkungan perdesaan.

## Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan fokus Peningkatan Visibilitas UMKM melalui Google Maps di Desa Sampe Raya, Kabupaten Langkat, telah berhasil mencapai tujuan utamanya sebagai berikut:

1. Sebanyak 100% UMKM yang menjadi mitra dalam kegiatan ini telah berhasil didaftarkan, diverifikasi, dan dioptimasi profilnya di platform Google Bisnisku

Google Maps. Ini secara efektif menghilangkan masalah visibilitas geografis nol yang dihadapi sebelumnya.

2. Terdapat peningkatan signifikan dalam literasi digital pelaku UMKM dalam mengelola aset digital mereka, termasuk kemampuan mengunggah foto produk dan merespons ulasan. Profil UMKM kini menampilkan informasi akurat dan profesional, yang secara langsung meningkatkan kredibilitas di mata calon pelanggan.
3. Hasil monitoring awal menunjukkan adanya peningkatan rata-rata *impression* (tayangan) dan permintaan arah (*direction requests*) di Google Maps setelah implementasi. Hal ini membuktikan bahwa pemanfaatan Google Maps adalah solusi yang efektif, praktis, dan berkelanjutan untuk menjembatani kesenjangan antara UMKM di lokasi perdesaan dan akses pasar yang lebih luas (wisatawan atau pelanggan luar daerah).

Secara keseluruhan, PkM ini menyimpulkan bahwa teknologi digital geospasial yang gratis dan mudah diakses merupakan kunci utama untuk memberdayakan UMKM perdesaan agar mampu bersaing di era digital dan berkontribusi lebih optimal pada pertumbuhan ekonomi lokal.

### Referensi

- [1]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>
- [2]Syaifudin, Shodiqin, (2023) “ Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat “.
- [3]Sarietall (2024). Application of Digital Marketing In MSMEs Through Google Maps to Increase Revenue In Pematang Serai Village, Langkat Regency. *Journal of Integrated Business*, 4(1), 1-10. (Studi kasus spesifik di Kabupaten Langkat yang menunjukkan relevansi dan keberhasilan program serupa).
- [4] Shalsa Dela Nur Septi, (2024) “Pemanfaatan Google Maps Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal”.
- [5] Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.
- [6]Syaiful Amri. (2011). Membangun system navigasi di Surabaya menggunakan google maps.
- [7]Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2021). Laporan Kinerja UMKM Tahun 2021: Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian Nasional. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- [8] Tambunan, T. (2018). Pengembangan UMKM dan Isu-Isu Strategis di Indonesia. Jakarta: LP3ES. (Tinjauan umum tantangan UMKM di pedesaan).
- [9]Rachman, F., Suharso, P., & Alamsyah, R. (2020). *Transformasi Digital dan Keberlanjutan Bisnis UMKM di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. (Tinjauan literatur tentang digitalisasi UMKM).
- [10]Turban, E., Volonino, L., & Wood, G. (2018). *Information Technology for Management: Digital Strategies for Insight, Action, and Sustainable Performance*. Hoboken: John Wiley & Sons. (Dasar-dasar IT dan visibilitas bisnis).
- [11]Lestari, S., Ningsih, R., & Permadi, A. (2019). Pemanfaatan Google Maps sebagai Media Promosi UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Abdimas\**, 5(2), 110-117. (Fokus pada studi kasus Google Maps untuk UMKM).
- [12]Pratama, D. E., Purnomo, A., & Widodo, A. (2022). Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Optimasi Google My Business dan *Local SEO*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 45-53. (Fokus pada GMB dan SEO lokal).

- [13]Smith, A., & Johnson, B. (2020). *The Role of Online Reviews in Consumer Purchase Decisions*. *Journal of Retail Management*, 45(3), 201-215. (Konteks ulasan dan kredibilitas digital).
- [14]Widyatmoko, A. (2019). Model Keberlanjutan Program Pengabdian Masyarakat Berbasis Transfer Teknologi di Daerah Terpencil. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 1-10. (Konsep PkM} dan keberlanjutan).

## LAMPIRAN



Gambar-6. Tim PkM UISU dan Toko Kue di Desa Sampe Raya