

IMPLEMENTASI PEMBUATAN PETA LOKASI UMKM KRIPIK LILLY MAGADIR UNTUK MENINGKATKAN AKSESIBILITAS KONSUMEN

Umar Muhtar^{1*}, Ulfi Jefri², Rizky Maulana Efendi³, Imam Jagat Ramadhan⁴

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa,

²Hukum, Fakultas Ilmu Hukum, Universitas Bina Bangsa,

³Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

⁴Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jalan Raya Serang – Jakarta KM.03 No. 1B, Panancenan, Kecamatan Cipocok Jaya, Kota Serang, Indonesia

mukhtarumar942@gmail.com¹, rizkimaulanaefendi123@gmail.com², ulfijefri.binabangsa@gmail.com³,
ramadhanigt11@gmail.com⁴

Abstract

Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) require easy access to information so that consumers can readily locate and identify their business premises. The Lilly Magadir Chip SME, located in Muncangkopong Village, Cikurur District, Lebak Regency, needed to make its location information more accessible to the public. This community service program aimed to create a digital map for the Lilly Magadir Chip SME using Google Maps to enhance business accessibility for consumers. A descriptive participatory approach was employed. The implementation involved several stages: initial observation, identification of the partner's problems and needs, data and information collection regarding the business, digital map creation, information verification, assistance with map usage, and activity evaluation. The results demonstrate that location information for the Lilly Magadir Chip SME was successfully created and made available on Google Maps. The existence of this digital map facilitates public and potential customer access to location data and directions to the business. Furthermore, this initiative provides a digital information tool for the SME, enabling them to share contact details with consumers. Creating a digital map serves as a relevant example of utilizing information technology to improve accessibility for local SMEs. Periodic updates to geolocation data are crucial to ensure the digital map continues to serve the business's evolving needs effectively.

Keywords: MSME¹; Google Maps²; Digital Location³; consumer accessibility⁴

Abstrak

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) membutuhkan akses informasi yang mudah agar konsumen dapat lebih mudah menemukan dan mengidentifikasi lokasi usaha mereka. UMKM Kripik Lilly Magadir, yang berlokasi di Desa Muncangkopong, Kecamatan Cikurur, Kabupaten Lebak, perlu membuat informasi lokasi usahanya lebih mudah diakses oleh masyarakat. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membuat peta digital UMKM Kripik Lilly Magadir menggunakan Google Maps untuk meningkatkan aksesibilitas usaha bagi konsumen. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif deskriptif. Pelaksanaan kegiatan meliputi beberapa tahapan: observasi awal, identifikasi masalah dan kebutuhan mitra, pengumpulan data dan informasi tentang usaha, pembuatan peta digital, verifikasi informasi, bantuan penggunaan peta, dan evaluasi kegiatan. Hasil menunjukkan bahwa informasi lokasi UMKM Kripik Lilly Magadir berhasil dibuat dan tersedia di Google Maps. Keberadaan peta digital ini mempermudah akses masyarakat dan calon pelanggan terhadap data lokasi dan petunjuk arah ke usaha. Lebih lanjut, inisiatif ini menyediakan alat informasi digital bagi UMKM, memungkinkan mereka untuk berbagi informasi kontak dengan konsumen. Pembuatan peta digital merupakan contoh penggunaan teknologi informasi yang relevan untuk mempermudah akses bagi UMKM lokal. Pembaruan data geolokasi secara berkala sangat

penting untuk memastikan bahwa manfaat peta digital dapat terus dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan bisnis yang terus berkembang.

Kata kunci: UMKM, Google Maps, Peta Lokasi Digital, Aksesibilitas Konsumen

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Selain mampu menyerap tenaga kerja, UMKM juga berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan pengembangan ekonomi daerah. Namun, di era digital saat ini, pelaku UMKM dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana promosi, pemasaran, dan penyediaan informasi usaha agar dapat bersaing dengan usaha lainnya [1]. Masturin, yang dikutip oleh Rizqiah Khalida dan Sofyan Sjaf, berpendapat bahwa solusi terhadap tantangan persaingan di era global saat ini terletak pada penguatan kemandirian ekonomi, sehingga memungkinkan masyarakat untuk terbebas dari kemiskinan dan keterbelakangan ekonomi [2].

Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital yang masih belum banyak diterapkan oleh pelaku UMKM adalah penggunaan peta lokasi digital. Peta lokasi digital, seperti Google Maps, tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk arah, tetapi juga menjadi media informasi yang memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, memperoleh informasi mengenai jam operasional, nomor kontak, foto produk, hingga memberikan ulasan terhadap layanan yang diterima. Keberadaan lokasi usaha pada platform digital juga dapat meningkatkan kredibilitas usaha serta memperluas jangkauan pemasaran. Di tengah kemajuan teknologi yang cepat, persaingan produk di masyarakat dipengaruhi oleh beragam faktor. Situasi ini memaksa pelaku UMKM untuk mencari cara mengembangkan kreativitas dalam merancang serta menerapkan strategi bisnis yang kompetitif agar tetap diminati pelanggan.[3]

Di Indonesia, singkong merupakan salah satu hasil pertanian pangan terbesar kedua setelah padi, sehingga singkong memiliki potensi penting sebagai bahan baku bagi berbagai

produk pangan dan industri.[4]. UMKM Kripik Lilly Magadir merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang produksi makanan ringan, khususnya aneka keripik. Meskipun memiliki produk yang berkualitas dan telah dikenal oleh masyarakat sekitar, akses informasi mengenai lokasi usaha masih terbatas. Konsumen yang baru pertama kali berkunjung sering mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi usaha karena belum tersedianya peta lokasi digital yang akurat. Kondisi tersebut berpotensi menghambat proses pembelian serta mengurangi peluang memperoleh pelanggan baru.

Berdasarkan kondisi tersebut, dilakukan program implementasi pembuatan peta lokasi digital pada UMKM Kripik Lilly Magadir sebagai salah satu upaya meningkatkan aksesibilitas konsumen terhadap lokasi usaha. Program ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menemukan lokasi usaha, meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, serta mendukung pengembangan pemasaran digital UMKM secara berkelanjutan. Oleh karena itu, konsumen dapat dengan mudah menemukan serta mengenali usaha itu tanpa kendala jarak.[5]

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan metode deskriptif. Pendekatan partisipatif digunakan dengan melibatkan pelaku UMKM dalam proses pengumpulan informasi, identifikasi kebutuhan, pelaksanaan pembuatan peta lokasi, hingga evaluasi hasil kegiatan. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi UMKM sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan berdasarkan hasil observasi, komunikasi dengan pelaku usaha, dan ketercapaian luaran program.[6] Kegiatan dilaksanakan pada UMKM Kripik Lilly Magadir yang berlokasi di Desa Muncangkopong, Kecamatan Cikulur, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Sasaran utama kegiatan adalah pelaku

UMKM, sedangkan luaran program berupa informasi lokasi usaha yang dapat diakses melalui layanan peta digital.

Tabel 1. Kegiatan dan Tempat Pelaksanaan

N o	Kegiatan	Deskripsi	lokasi
1	Jumlah Peserta	1 Pelaku UMKM	Desa Muncangkopo ng
2	Mayoritas Laki-laki	Usia 55 – 60 Tahun	Desa Muncangkopo ng
3	Jenis Usaha	Kuliner	Desa Muncangkopo ng

Keterbatasan strategi pemasaran digital yang hanya mengandalkan media sosial dan lokapasar daring menjadi masalah utama bagi pengembangan UMKM di wilayah perdesaan. Meskipun media sosial memang praktis dan hemat biaya, penggunaannya sering kali tidak terencana dengan baik bergantung pada kemampuan masing-masing pemilik usaha serta gagal menyajikan informasi secara sistematis mengenai lokasi, distribusi produk, dan rute akses.[7]

Observasi lokasi usaha

Tahap awal kegiatan dilaksanakan dengan melakukan observasi secara langsung terhadap kondisi UMKM Kripik Lilly Magadir. Kegiatan observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi usaha, terutama terkait ketersediaan informasi mengenai lokasi serta media promosi yang dimanfaatkan. Pengamatan mencakup keberadaan lokasi usaha, cara konsumen mendapatkan informasi tentang lokasi tersebut, serta pemanfaatan berbagai media promosi dalam memperkenalkan identitas dan keberadaan usaha kepada masyarakat.[8]



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi
Sumber : penulis (2026)

Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan Mitra

Setelah observasi, dilakukan komunikasi dan wawancara sederhana dengan pelaku UMKM. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai cara konsumen menemukan lokasi usaha serta kendala yang berkaitan dengan penyampaian informasi lokasi. Hasil observasi dan wawancara kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan mengelompokkan informasi berdasarkan permasalahan utama. Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi, melainkan juga menjadi platform promosi yang efektif bagi usaha. Penelitian Google menunjukkan bahwa lebih dari 80% konsumen menggunakan Google Maps untuk mencari informasi tentang bisnis sebelum mengunjunginya. [9] Dari proses tersebut, kebutuhan utama yang menjadi fokus kegiatan adalah tersedianya informasi lokasi usaha yang lebih mudah ditemukan dan diakses oleh calon konsumen.

Pengumpulan data dan informasi usaha

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dan informasi yang diperlukan untuk proses pembuatan peta lokasi digital UMKM Kripik Lilly Magadir. Digitalisasi pemasaran merupakan strategi utama untuk mengatasi masalah tersebut karena dapat membantu pelaku usaha mengenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas melalui media digital. [7] Data yang dikumpulkan meliputi nama usaha, alamat atau keterangan lokasi, titik koordinat atau posisi

usaha, kategori usaha, serta informasi pendukung lainnya yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan langsung di lokasi dan komunikasi dengan pemilik UMKM untuk memastikan bahwa seluruh informasi yang digunakan sesuai dengan kondisi usaha yang sebenarnya. Selain itu, dilakukan pula dokumentasi lokasi sebagai data pendukung dalam proses pembuatan dan verifikasi peta lokasi. Data yang telah diperoleh kemudian diperiksa kembali sebelum dimasukkan ke dalam layanan Google Maps agar informasi mengenai UMKM Kripik Lilly Magadir dapat ditampilkan secara jelas, akurat, dan memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha.

Pendampingan Pembuatan Peta Lokasi Digital

Pada tahap ini, dilakukan proses pendaftaran dan penambahan lokasi UMKM Kripik Lilly Magadir ke dalam layanan Google Maps berdasarkan data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Penentuan titik lokasi dilakukan secara cermat dengan menyesuaikan posisi sebenarnya dari tempat usaha agar informasi yang ditampilkan akurat. Selanjutnya, data dan informasi mengenai UMKM dimasukkan ke dalam sistem sebagai informasi pendukung lokasi. Pembuatan peta digital ini bertujuan untuk menyediakan informasi lokasi usaha yang mudah diakses oleh masyarakat, sehingga konsumen dapat mengetahui keberadaan UMKM serta memperoleh petunjuk arah menuju lokasi usaha dengan lebih praktis. Hasil ini sepadan dengan temuan Harto et al. (2019) yang menunjukkan UMKM yang mengadopsi teknologi digital mengalami peningkatan pendapatan serta perluasan cakupan pasar. Oleh karena itu, menambahkan lokasi di Google Maps bukan sekadar alat penunjuk arah, melainkan juga berperan sebagai strategi pemasaran yang efektif.[10] Dalam pemasaran UMKM, pemanfaatan situs web berbasis geotagging terbukti dapat memperkuat kehadiran digital bisnis lokal karena konsumen jadi lebih mudah mengetahui lokasi usaha serta produk yang ditawarkan. (Purwanata et al., 2025)



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan Pembuatan Peta Lokasi *Sumber : Penulis (2026)*

Verifikasi dan Pemeriksaan Informasi

Setelah peta lokasi digital selesai dibuat, langkah berikutnya adalah memeriksa dan memverifikasi semua data yang telah dimasukkan. Pemeriksaan mencakup keakuratan nama UMKM, titik koordinat usaha, alamat, kategori usaha, serta data pendukung lainnya. Tahap ini dilakukan dengan membandingkan informasi yang muncul di Google Maps dengan kondisi nyata di lokasi UMKM Kripik Lilly Magadir. Tujuan verifikasi adalah memastikan bahwa data yang tersedia sudah tepat dan dapat memberikan keterangan jelas bagi masyarakat serta calon pembeli. Jika dalam proses pengecekan ditemukan data yang tidak akurat atau belum lengkap, akan dilakukan penyesuaian dan perbaikan berdasarkan hasil observasi serta komunikasi dengan pemilik UMKM. Ketelitian pada fase verifikasi sangat krusial untuk mengurangi kesalahan informasi yang dapat menyulitkan konsumen dalam menemukan usaha. Dengan adanya pemeriksaan ini, peta lokasi digital diharapkan menjadi sumber informasi yang akurat dan mempermudah akses konsumen ke UMKM Kripik Lilly Magadir.

Evaluasi kegiatan

Tahapan evaluasi dilakukan setelah seluruh rangkaian kegiatan pembuatan peta lokasi digital selesai. Tujuan evaluasi adalah menilai sejauh mana pelaksanaan program selaras dengan target yang telah ditetapkan, khususnya dalam menyediakan informasi lokasi UMKM Kripik Lilly Magadir yang mudah diakses oleh publik dan

calon pembeli. Proses evaluasi mencakup pemeriksaan kembali hasil pembuatan lokasi di Google Maps, meliputi akurasi titik lokasi, nama usaha, serta data pendukung yang tercantum. Selain itu, dilakukan dialog dengan pemilik UMKM untuk memastikan hasil kegiatan sesuai dengan kebutuhan usaha. Hasil evaluasi kemudian dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan program, terutama terkait ketersediaan informasi lokasi usaha secara digital. Keberhasilan kegiatan diukur dari keberadaan lokasi UMKM di Google Maps, kesesuaian informasi dengan realitas lapangan, serta kemampuan peta lokasi untuk membantu konsumen menemukan usaha tersebut. Evaluasi ini juga menjadi acuan untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang masih memerlukan perbaikan atau pembaruan agar informasi lokasi tetap akurat dan dapat dipertahankan secara berkelanjutan.[11] Metode pengabdian yang diterapkan memakai pendekatan Pemberdayaan Berbasis Komunitas, yang menekankan partisipasi aktif masyarakat setempat pada semua tahap kegiatan, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dan evaluasi.[12]



Gambar 3. Melakukan kegiatan Evaluasi
Sumber : penulis (2026)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berikut hasil pendampingan UMKM Desa Muncangkopong

Tabel 1. Waktu dan Tempat pelaksanaan

No	Indikator	Jumlah
1	Peserta UMKM	1
2	Berhasil membuat akun Google Maps	1

3	Lokasi berhasil diverifikasi	1
4	UMKM menerima ulasan pertama	2

Temuan ini konsisten yang menunjukkan bahwa digitalisasi lokasi usaha di Google Maps dapat meningkatkan eksposur bisnis serta memperkuat citra merek. Selain manfaat teknis, upaya tersebut juga menimbulkan dampak sosial, seperti peningkatan rasa percaya diri para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital.[2]

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan KKM dilakukan pada tanggal 13 Juli 2026 sampai dengan 22 Agustus 2026, berlokasi di Desa Muncangkopong, Kecamatan Cikulur, Kabupaten Lebak. Rincian tentang jadwal dan lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada Gambar berikut.

Tabel 2. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

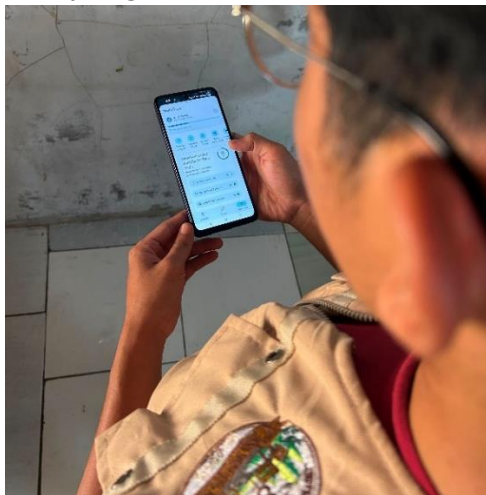
No	Kegiatan	Tanggal	Lokasi
1	Observasi	14 Juli 2026	Desa Muncangkopong
2	Perencanaan Program UMKM	18 Juli 2026	Desa Muncangkopong
3	Pelaksanaan Program	24 Juli 2026	Desa Muncangkopong

Inisiatif pengabdian masyarakat ini diawali dengan kegiatan observasi dan diskusi bersama pemilik UMKM produsen keripik "Lilly Magadir" yang berlokasi di Desa Muncangkopong, Kecamatan Cikulur, Kabupaten Lebak. Kegiatan tersebut mengungkap bahwa informasi mengenai lokasi usaha belum disebarluaskan secara efektif, sehingga menyulitkan masyarakat maupun calon pelanggan untuk menjangkaunya. Pelanggan yang tidak mengenal wilayah tersebut atau belum pernah mengunjungi tempat usaha

sebelumnya sering kali kesulitan menemukan lokasi UMKM ini jika hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut atau petunjuk arah dari warga setempat.

Pembuatan Peta Lokasi Digital

Langkah selanjutnya meliputi pembuatan peta digital untuk UMKM Kripik Lilly Magadir melalui Google Maps. Pada tahap ini, nama usaha dimasukkan dan titik lokasinya ditetapkan berdasarkan data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Data pendukung tentang usaha dipersiapkan dan dicantumkan sesuai dengan informasi yang sudah diverifikasi. Penentuan titik lokasi menyesuaikan posisi digital dengan lokasi fisik usaha. Setelah semua data dimasukkan, dilakukan pengecekan atas informasi yang tercantum. Hasilnya adalah peta digital yang menampilkan detail lokasi UMKM Kripik Lilly Magadir.



Gambar 1. Pembuatan Peta Lokasi UMKM Kripik Lilly Magadir



Gambar 2. Lokasi UMKM Kripik Lilly Magadir

Pembahasan

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui serangkaian tahapan yang saling berkaitan. Tahap observasi dan komunikasi menjadi landasan untuk memahami kondisi awal

serta kebutuhan mitra. Informasi yang terkumpul menjadi acuan dalam menentukan bentuk kegiatan khususnya pembuatan peta lokasi digital sehingga program dapat disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan yang telah diidentifikasi.[13] Komunikasi dengan para pemilik UMKM bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh mencerminkan kondisi usaha yang sebenarnya secara akurat. Kaitan antara pengumpulan data dan pembuatan peta menunjukkan bahwa kualitas informasi lokasi sangat bergantung pada sejauh mana data tersebut selaras dengan kondisi nyata di lapangan. Pembuatan peta lokasi digital menyediakan sarana informasi yang menjembatani keberadaan fisik UMKM dengan media digital. Sebelum dapat berfungsi sebagai alat bantu navigasi, data lokasi usaha harus dikumpulkan, disempurnakan, dan diunggah ke layanan pemetaan.[14] Hasil kegiatan ini memperlihatkan penerapan teknologi informasi dalam sebuah inisiatif pengabdian masyarakat yang berfokus pada penyediaan akses informasi lokasi usaha. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pembuatan peta lokasi digital melibatkan proses yang mencakup identifikasi kebutuhan, pengumpulan informasi, penentuan lokasi, pembuatan peta, verifikasi, serta penyajian hasil kepada mitra.[15] Tahapan-tahapan tersebut membentuk suatu rangkaian yang menyoroti hubungan antara tantangan akses informasi lokasi dan penyediaan solusi digital. Kegiatan ini membuahkan hasil berupa peta lokasi untuk UMKM "Kripik Lilly Magadir", yang kini tersedia di Google Maps untuk memberikan informasi mengenai lokasi usaha tersebut.

KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan mengindikasikan bahwa pengabdian masyarakat ini dilaksanakan lewat serangkaian langkah yang saling terkait. Tahap observasi dan komunikasi menjadi dasar untuk mengenali kondisi awal serta kebutuhan mitra. Data yang terkumpul dijadikan pedoman dalam menentukan bentuk kegiatan khususnya pembuatan peta digital lokasi agar program dapat disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan yang telah diidentifikasi. Komunikasi dengan pemilik UMKM bertujuan memastikan bahwa data yang diperoleh mencerminkan

situasi usaha secara akurat. Hubungan antara pengumpulan data dan pembuatan peta menunjukkan bahwa kualitas informasi lokasi sangat tergantung pada sejauh mana data tersebut selaras dengan kondisi nyata di lapangan. Peta digital lokasi menyediakan media informasi yang menghubungkan keberadaan fisik UMKM dengan platform digital. Sebelum dapat berfungsi sebagai alat navigasi, data lokasi usaha harus dikumpulkan, diperbaiki, dan diunggah ke layanan pemetaan. Hasil kegiatan ini menampilkan penerapan teknologi informasi dalam inisiatif pengabdian masyarakat yang berfokus pada penyediaan akses informasi lokasi usaha. Secara keseluruhan, kegiatan ini memperlihatkan bahwa pembuatan peta digital lokasi melibatkan proses identifikasi kebutuhan, pengumpulan data, penentuan titik, pembuatan peta, verifikasi, dan penyajian hasil kepada mitra. Langkah-langkah tersebut membentuk rangkaian yang menyoroti kaitan antara tantangan akses informasi lokasi dan penyediaan solusi digital. Kegiatan ini menghasilkan peta lokasi untuk UMKM "Kripik Lilly Magadir", yang kini dapat diakses di Google Maps untuk memberikan informasi tentang lokasi usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Meilariza, Z. Mirah Delima, and . Z., "Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia," *KnE Soc. Sci.*, vol. 2024, pp. 245–257, 2024, doi: 10.18502/kss.v9i17.16334.
- [2] A. H. Muhammad *et al.*, "Pemberdayaan Umkm Melalui Program Digitalisasi Lokasi Umkm Dan Pembuatan Peta Potensi Umkm Di Desa Rangkah," *Pros. Kampelmas*, vol. 3, no. 2, pp. 701–713, 2024.
- [3] D. I. D. Taji, "STRATEGI PENGUATAN BRANDING UMKM MELALUI," vol. 5, no. 1, pp. 90–101, 2026.
- [4] J. Pengabdian *et al.*, "PENJUALAN DI ERA DIGITAL PADA UMKM KERIPIK SINGKONG," vol. 4, pp. 75–79, 2024.
- [5] A. Nurmala, P. N. Sari, I. Husein, N. Aisyah, and U. K. Rambe, "Pendampingan UMKM dalam Pembuatan dan Pendaftaran Lokasi Bisnis di Google Maps Pada Desa Bangun Purba," *J. Innov. Sustain. Empower.*, vol. 4, no. 3, pp. 112–119, 2025, doi: 10.25134/jise.v4i3.175.
- [6] A. N. Rizqi, K. Muzakki, and S. Masrichah, "Nusantara Community Empowerment Review Akuntabilitas Jimpitan :," *Nusant. Community Empower. Rev.*, vol. 3, no. 2, pp. 242–247, 2025.
- [7] D. Sumogawe, P. Digital, P. Digital, and L. Kolaboratif, "Analisis Kebutuhan Pelaku UMKM Desa terhadap Platform Pemasaran Produk Lokal Berbasis Peta dan Logistik Kolaboratif," vol. 6, no. 2, pp. 386–399, 2026.
- [8] Melda Aulia Ramadhani, Dwi Martiyanti, and Muhammad Rinaldi, "Pemberdayaan Sumber Daya Manusia UMKM dalam Strategi Promosi Digital dan Konvensional Pada UMKM Tahu Pak Kasno," *Abdi Ilm. untuk Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 39–47, 2025, doi: 10.64850/g2afqc98.
- [9] R. H. Nasution, F. S. Silva, U. Y. Harahap, T. Z. A. Azaddin, and Y. R. Nasution, "Digitalisasi UMKM Gula Merah Melalui Pemanfaatan Google Maps di Desa Pematang Serai, Kabupaten Langkat," *NEAR J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 1, pp. 230–240, 2025, doi: 10.32877/nr.v5i1.3424.
- [10] J. Pengabdian and M. Indonesia, "Tersedia: <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/sewagati>," vol. 4, 2025.
- [11] S. F. Insani, Y. Syahril, and A. P. Putra, "Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari," *War. LPM*, vol. 25, no. 1, pp. 44–56, 2022, doi: 10.23917/warta.v25i1.596.
- [12] S. Siregar, A. Wibasuri, M. F. Azima, and A. Mitrawan, "Penguatan Literasi Digital bagi Pelaku UMKM: Pendekatan Partisipatif dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Sosial Media," *JPKM i journal.danisapublisher.id* 2025, vol. 3, no. 2, p. 74, 2025, [Online]. Available: <https://journal.danisapublisher.id/>
- [13] S. Fathurrohman and A. C. Kurniati, "Focus Group Discussion Pembuatan Peta Batas Wilayah Padukuhan di Kalurahan Kebonharjo, Kapanewon Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo," *PengabdianMu J. Ilm. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 9, no. 3, pp. 555–562, 2024, doi: 10.33084/pengabdianmu.v9i3.5949.

- [14] H. V. Sahetapy *et al.*, "Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Tag Lokasi Usaha Berbasis Google Maps sebagai Upaya Promosi UMKM di Kota Ambon," *J. Pengabd. Pada Masy.*, vol. 9, no. 2, pp. 534–541, 2024, doi: 10.30653/jppm.v9i2.853.
- [15] Sukadi, N. F. Azzahra, and S. Aji, "Pembuatan Modul Ajar Peta Online untuk Masyarakat Umum," *J. Daya-Mas*, vol. 9, no. 1, pp. 30–36, 2024, doi: 10.33319/dymas.v9i1.148.