

**DIGITALISASI UMKM MELALUI PEMANFAATAN GOOGLE
MAPS:STRATEGI PEMBERDAYAAN UMKM LOKAL DI DESA
UJUNG TERAN KABUPATEN KARO**

Mukhazza Albitha Alsha^{1*}, Nur Asiyah Jamil Rangkuti¹, Putri Wahyuni¹, Sandi Nugraha¹, H. Safriaandy¹

¹Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara
*email:**mukhazzaalbithaalsha08@gmail.com

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the Indonesian economy, especially in rural areas such as Ujung Teran Village, Karo Regency, which is rich in agricultural products but has limited market access. The main challenge is low digital literacy, which requires empowerment through technology such as Google Maps. This community service research examines the effectiveness of Google Maps as a digital marketing medium to increase the competitiveness of MSMEs. The method used a descriptive qualitative approach with field observations, in-depth interviews with 20-30 MSME owners, and training interventions and Google My Business (GMB) registration. The results showed an increase in online visibility, consumer reviews, and market reach, despite infrastructure constraints. The conclusion confirms that this strategy is effective in reducing the rural-urban economic gap, in line with the Industrial Revolution 5.0. Recommendations include continuous assistance and replication in similar areas for resilient MSMEs. This study contributes to community welfare and the study of MSME digitalization in Indonesia.

Keywords: SMEs, Google Maps, marketing digitalization, rural empowerment, Karo Regency

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan strategis dalam ekonomi Indonesia, khususnya di pedesaan seperti Desa Ujung Teran, Kabupaten Karo, yang kaya produk pertanian namun terbatas akses pasar. Tantangan utama adalah literasi digital rendah, sehingga diperlukan pemberdayaan via teknologi seperti Google Maps. Pengabdian pengabdian masyarakat ini mengkaji efektivitas Google Maps sebagai media digitalisasi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. Metode menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan observasi lapangan, wawancara mendalam kepada 20-30 pemilik UMKM, dan intervensi pelatihan serta pendaftaran Google My Business (GMB). Hasil menunjukkan peningkatan visibilitas online, ulasan konsumen, dan jangkauan pasar, meski ada hambatan infrastruktur. Kesimpulan menegaskan strategi ini efektif mengurangi kesenjangan ekonomi pedesaan-perkotaan, sejalan dengan Revolusi Industri 5.0. Rekomendasi meliputi pendampingan berkelanjutan dan replikasi di daerah serupa untuk UMKM tangguh. Pengabdian ini berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan kajian digitalisasi UMKM di Indonesia.

Kata kunci: UMKM, Google Maps, digitalisasi pemasaran, pemberdayaan pedesaan, Kabupaten Karo

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis

dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi mencapai 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 96,9% tenaga kerja

(Syarifudin et al., 2023). Di daerah pedesaan, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi lokal yang tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga meningkatkan pendapatan masyarakat dan melestarikan kearifan lokal (Puspitaningtyas et al., 2024). Namun demikian, mayoritas UMKM di Indonesia, khususnya di wilayah pedesaan, masih menghadapi berbagai tantangan signifikan dalam mengembangkan usahanya, terutama terkait akses pasar dan pemasaran produk.

Kabupaten Karo yang terletak di dataran tinggi Sumatera Utara dengan ketinggian 600-1.400 meter di atas permukaan laut, merupakan salah satu sentra pertanian penghasil sayur dan buah-buahan terbesar di Sumatera Utara. Wilayah ini memiliki potensi ekonomi kreatif yang sangat besar dengan beragam produk lokal berkualitas tinggi. Desa Ujung Teran, sebagai salah satu desa di Kabupaten Karo, memiliki sejumlah UMKM lokal yang menghasilkan produk-produk unggulan, namun masih mengalami kendala dalam hal visibilitas dan jangkauan pasar yang terbatas.

Era digital saat ini membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan teknologi informasi. Digitalisasi pemasaran menjadi solusi strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM, terutama di tengah dinamika Revolusi Industri 5.0 yang menuntut adaptasi teknologi digital (Febrian et al., 2024). Salah satu platform digital yang memiliki potensi besar namun belum dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM pedesaan adalah Google Maps.

Google Maps, sebagai aplikasi pemetaan digital dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif di seluruh dunia, menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk

meningkatkan visibilitas usaha mereka. Melalui fitur Google My Business (GMB), pelaku UMKM dapat mendaftarkan lokasi usaha, menampilkan informasi kontak, jam operasional, foto produk, serta menerima ulasan dari konsumen (Fujiono, 2023). Pengabdian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps sebagai media digitalisasi pemasaran terbukti efektif meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan produk UMKM di berbagai daerah (Aushafina & Wikartika, 2023).

Beberapa studi pengabdian masyarakat telah membuktikan dampak positif pemanfaatan Google Maps bagi UMKM. Pengabdian (Fitriana, 2014). menunjukkan bahwa penggunaan Google Maps dapat meningkatkan penjualan UMKM secara signifikan dengan mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha. Sementara itu, Ramadhani dan Puspitasari (2024) menemukan bahwa optimalisasi Google Maps mampu meningkatkan daya saing UMKM lokal melalui peningkatan visibilitas online. Studi lain oleh Arif et al. (2025) mengintegrasikan pendaftaran Google Maps dengan legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), yang berdampak positif terhadap brand awareness dan promosi digital.

Namun demikian, tingkat literasi digital pelaku UMKM di daerah pedesaan, termasuk di Desa Ujung Teran Kabupaten Karo, masih relatif rendah. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara memanfaatkan platform digital seperti Google Maps untuk pengembangan usaha mereka. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengoperasikan teknologi digital menjadi hambatan utama dalam proses digitalisasi UMKM pedesaan (Ikerismawati et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan melalui pendamp-

ingan dan pelatihan yang komprehensif untuk membantu pelaku UMKM lokal memanfaatkan Google Maps sebagai media pemasaran digital.

Pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan semata, tetapi juga untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, mengembangkan kemampuan pelaku UMKM menjadi pengusaha yang tangguh dan mandiri, serta meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah (Pemerintah RI, 2024). Dalam konteks pembangunan pedesaan, pemberdayaan UMKM melalui teknologi digital dapat menjadi salah satu strategi efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi kesenjangan ekonomi antara daerah perkotaan dan pedesaan.

Berdasarkan uraian di atas, Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pemberdayaan UMKM lokal di Desa Ujung Teran Kabupaten Karo melalui pemanfaatan Google Maps sebagai media digitalisasi pemasaran. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan UMKM pedesaan, sekaligus memperkaya literatur akademis tentang pemberdayaan UMKM melalui teknologi digital di Indonesia.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan pengabdian masyarakat (community service research) dengan metode kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mengkaji strategi pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal di Desa Ujung Teran, Kabupaten Karo, melalui pemanfaatan Google Maps sebagai media

digitalisasi pemasaran. Pendekatan ini dipilih karena pengabdian melibatkan intervensi langsung di lapangan, yaitu pendampingan dan pelatihan bagi pelaku UMKM, serta pendaftaran usaha mereka ke platform Google Maps.

Metode ini memadukan elemen eksploratif untuk memahami tantangan UMKM, intervensi praktis untuk pemberdayaan, dan evaluasi dampak untuk mengukur efektivitas strategi. Pengabdian ini dilakukan secara langsung di lapangan dengan melibatkan wawancara mendalam kepada pemilik UMKM, observasi partisipan, dan tindakan pendaftaran ke Google Maps.

1. Jenis dan Pendekatan Pengabdian

Jenis Pengabdian: Pengabdian pengabdian masyarakat (action research) yang berfokus pada pemberdayaan praktis. Ini bukan sekadar observasi, melainkan melibatkan tindakan langsung seperti pelatihan, pendampingan, dan pendaftaran UMKM ke Google Maps untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar.

Pendekatan: Kualitatif dengan elemen kuantitatif sederhana (misalnya, pengukuran peningkatan penjualan atau jumlah ulasan di Google Maps sebelum dan sesudah intervensi). Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap literasi digital UMKM, hambatan yang dihadapi, dan dampak pemanfaatan Google Maps, sambil memberikan solusi langsung melalui intervensi.

2. Lokasi Pengabdian

Pengabdian dilakukan di Desa Ujung Teran, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara. Lokasi ini dipilih karena potensi UMKM pertanian (sayur dan buah-buahan) yang tinggi, namun masih terbatas dalam akses pasar dan digitalisasi, sesuai dengan konteks pedesaan yang diuraikan dalam latar belakang pengabdian.

3. Populasi dan Sampel

Populasi: Seluruh pemilik UMKM di Desa Ujung Teran yang bergerak di sektor pertanian, produk lokal, atau ekonomi kreatif, dengan fokus pada usaha yang belum terdaftar di platform digital seperti Google Maps.

Sampel: Purposive sampling digunakan untuk memilih 20-30 UMKM yang memiliki potensi tinggi dan kesediaan berpartisipasi. Kriteria inklusi meliputi: (a) UMKM yang aktif beroperasi, (b) memiliki produk unggulan lokal, dan (c) belum familiar dengan digitalisasi pemasaran. Sampel ini dipilih berdasarkan rekomendasi dari kepala desa atau tokoh masyarakat untuk memastikan representasi yang relevan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Wawancara Mendalam (In-Depth Interview): Dilakukan secara langsung di lapangan dengan pemilik UMKM untuk menggali informasi tentang tantangan usaha, pengetahuan digital, dan ekspektasi terhadap pemanfaatan Google Maps. Wawancara menggunakan panduan semi-terstruktur dengan pertanyaan seperti: "Apa kendala utama dalam memasarkan produk Anda?" dan "Apakah Anda pernah menggunakan Google Maps untuk usaha?" Setiap wawancara berlangsung 30-45 menit dan direkam dengan izin responden.

Observasi Partisipan: Peneliti terlibat langsung dalam proses pendampingan, seperti mengamati tingkat kemampuan UMKM dalam mengoperasikan Google Maps selama pelatihan. Ini membantu mengidentifikasi hambatan praktis, seperti keterbatasan akses internet atau keterampilan teknis. Tindakan Pendaftaran dan Pendampingan: Sebagai bagian integral pengabdian, peneliti langsung mendaftarkan UMKM ke Google My Business (GMB) di Google Maps. Proses ini meliputi: (a) verifikasi lokasi

usaha, (b) pengisian informasi (nama usaha, kontak, jam operasional, foto produk), (c) pelatihan singkat tentang fitur GMB (seperti ulasan dan promosi), dan (d) integrasi dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) jika tersedia. Data sebelum dan sesudah pendaftaran (misalnya, jumlah kunjungan virtual atau ulasan) dikumpulkan untuk evaluasi dampak.

Data Sekunder: Melengkapi data primer, digunakan sumber seperti laporan pemerintah tentang UMKM di Kabupaten Karo, studi literatur terkait digitalisasi UMKM, dan data dari Google Analytics (jika UMKM setuju) untuk mengukur peningkatan visibilitas.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi lapangan yang didokumentasikan melalui foto-foto, pengabdian ini mengungkapkan kondisi riil UMKM di Desa Ujung Teran, Kabupaten Karo, serta dampak langsung dari intervensi pendaftaran dan pendampingan pemanfaatan Google Maps. Observasi dilakukan selama proses wawancara, pelatihan, dan pendaftaran, dengan fokus pada aspek visual seperti lokasi usaha, interaksi pelaku UMKM, dan perubahan visibilitas digital. Berikut adalah penjelasan rinci hasil foto observasi, dianalisis dalam konteks tantangan UMKM pedesaan, efektivitas intervensi, serta relevansinya dengan literatur terkait.

1. Peta Desa Ujung Teran



Gambar 1. Peta Desa

Gambar 1. menunjukkan dataran tinggi dengan kebun sayur dan buah-buahan yang subur, di mana UMKM lokal beroperasi di sekitar rumah penduduk atau pasar kecil. Lokasi ini terisolasi, dengan akses jalan yang sempit dan terbatasnya infrastruktur digital (misalnya, sinyal internet lemah). Observasi ini mengonfirmasi bahwa UMKM di desa ini bergantung pada pasar lokal tradisional, tanpa visibilitas online yang signifikan. Hal ini sejalan dengan temuan Puspitaningtyas et al. (2024) yang menekankan peran UMKM pedesaan sebagai tulang punggung ekonomi lokal, namun terhambat oleh keterbatasan akses pasar. Foto ini menyoroti potensi produk unggulan seperti sayur organik dan buah-buahan, yang belum dimanfaatkan secara optimal melalui platform digital.

2. Kondisi Kios



Gambar 2. Lokasi Kios

Gambar 2. memperlihatkan kios kecil atau lapak sederhana di pinggir jalan, dengan produk ditampilkan secara manual tanpa branding digital. Pelaku UMKM terlihat menggunakan papan tulis tangan untuk informasi harga, dan tidak ada tanda-tanda kehadiran online seperti QR code atau tautan Google Maps. Observasi ini mengungkapkan rendahnya literasi digital, di mana sebagian besar pemilik UMKM berusia 40-60 tahun dan belum familiar dengan teknologi. Ini mendukung argumen

Ikerismawati et al. (2023) bahwa keterbatasan pengetahuan teknis menjadi hambatan utama digitalisasi UMKM pedesaan, sehingga memperkuat kebutuhan pendampingan langsung.

3. Sesi Wawancara



Gambar 3. Foto wawancara

Gambar 3. menangkap momen wawancara mendalam di lokasi usaha, di mana peneliti berinteraksi langsung dengan pemilik UMKM (misalnya, petani sayur atau pedagang buah). Ekspresi responden menunjukkan antusiasme campur kebingungan, dengan beberapa menunjukkan ponsel sederhana sebagai alat utama mereka. Dari observasi, wawancara mengungkap tantangan seperti kesulitan mencapai konsumen di kota terdekat dan kurangnya promosi. Foto ini mengilustrasikan hambatan akses pasar yang disebutkan dalam latar belakang pengabdian, serta memberikan data kualitatif tentang motivasi UMKM untuk beradaptasi dengan digitalisasi di era Revolusi Industri 5.0 (Febrian et al., 2024).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Ujung Teran, Kabupaten Karo, pemanfaatan Google Maps melalui fitur Google My Business (GMB) terbukti efektif sebagai strategi pemberdayaan UMKM lokal untuk mengatasi tantangan akses pasar dan

pemasaran di wilayah pedesaan. Observasi lapangan, termasuk dokumentasi foto lokasi usaha, proses pelatihan, dan interaksi dengan pemilik UMKM, menunjukkan bahwa intervensi langsung—melalui wawancara mendalam, pendampingan pendaftaran GMB, dan pelatihan digital—mampu meningkatkan visibilitas online, literasi digital, dan potensi penjualan UMKM. Temuan utama meliputi transformasi dari usaha tradisional ke digital, dengan peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM dan integrasi produk unggulan lokal seperti sayur dan buah-buahan ke platform global.

Secara praktis, strategi ini berkontribusi pada pengembangan ekonomi pedesaan dengan mengurangi kesenjangan antara daerah perkotaan dan pedesaan, sejalan dengan peran UMKM sebagai penyumbang 61,07% PDB nasional (Syarifudin et al., 2023). Namun, hambatan seperti literasi digital rendah dan infrastruktur internet terbatas masih perlu diatasi melalui pendampingan berkelanjutan. Implikasi akademisnya adalah memperkaya literatur tentang digitalisasi UMKM di Indonesia, mendukung studi sebelumnya seperti Fitriana (2014) dan Ramadhani dan Puspitasari (2024), serta menegaskan relevansi Google Maps dalam konteks Revolusi Industri 5.0 (Febrian et al., 2024).

Rekomendasi untuk pengembangan selanjutnya meliputi: (1) perluasan program pelatihan digital oleh pemerintah daerah atau universitas, (2) integrasi GMB dengan platform e-commerce lainnya untuk jangkauan lebih luas, (3) monitoring jangka panjang untuk mengukur dampak ekonomi, dan (4)

replikasi model ini di desa-desa serupa di Sumatera Utara. Pengabdian ini memberikan kontribusi praktis bagi kesejahteraan masyarakat pedesaan dan mendorong UMKM menjadi pengusaha tangguh, sesuai dengan visi Pemerintah RI (2024) untuk struktur perekonomian nasional yang seimbang. Dengan demikian, digitalisasi melalui Google Maps bukan hanya solusi teknis, tetapi juga langkah strategis menuju pembangunan daerah yang berkelanjutan.

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>
- Fitriana, R. (2014). Septi. *Procedia Manufacturing*, 1(22 Jan), 1–17.
- Fujiono. (2023). 4 1,2,3. 11, 89–93.
- Morelli, N. (2015). Challenges in designing and scaling up community services. *The Design Journal*, 18(2), 269–290. <https://doi.org/10.2752/175630615X14212498964394>
- Syaifudin, R., Shodiqin, A., & Nase, N. (2023). Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 7(3), 297–316. <https://doi.org/10.15575/tamkin.v7i3.18827>