



Sosialisasi Digital Marketing dan Pembuatan Maps guna Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kelurahan Toapaya Asri

Anita Rahayu¹, Disti Apriani², Elina Bayusri³, Erma Yani⁴, Eva Fitri⁵, Heppi Naomi Lastio Sihombing⁶, Irmawati⁷, Rachel Andrea^{*8}, Rapita Purba⁹, Wama Wati¹⁰, Annissa Valentina¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}FKIP/FEBM, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Indonesia, 29111

E-mail:* rachelandrea65@gmail.com

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i4.2720>

Info Artikel:

Diterima :

2025-09-15

Diperbaiki :

2025-09-25

Disetujui :

2025-09-27

Kata Kunci: Digital Marketing, Google Maps dan UMKM

Keywords: Digital Marketing, Google Maps and MSMEs

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Toapaya Asri menghadapi tantangan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran produk. Isu utama adalah rendahnya literasi digital, yang menyebabkan UMKM hanya mengandalkan pemasaran konvensional. Pengabdian ini bertujuan meningkatkan daya saing UMKM melalui edukasi dan pendampingan pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah Sistem Pemberdayaan Masyarakat (Sisdamas) melalui sosialisasi dan pendampingan praktis. Hasilnya, 34 pelaku UMKM mendapatkan pemahaman tentang strategi pemasaran digital, pengemasan produk, dan pelabelan. Pelaku UMKM juga berhasil membuat akun Google Maps dan menambahkan lokasi usaha, meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar. Pengabdian ini berkontribusi signifikan pada penguatan ekonomi lokal melalui peningkatan literasi digital dan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Toapaya Asri Village face challenges in utilizing digital technology for product marketing. The main issue is low digital literacy, which causes MSMEs to rely solely on conventional marketing. This community service aims to increase the competitiveness of MSMEs through education and digital marketing assistance. The method used is the Community Empowerment System (Sisdamas) through socialization and

practical assistance. As a result, 34 MSME actors gained an understanding of digital marketing strategies, product packaging, and labeling. MSME actors also successfully created Google Maps accounts and added their business locations, increasing visibility and market reach. This community service contributed significantly to strengthening the local economy through increased digital literacy and the sustainable competitiveness of MSMEs.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu fondasi penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Peran UMKM sangat besar dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pemerataan pendapatan, serta memperkuat perekonomian daerah. Menurut (Rahmat et al., 2019), UMKM terbukti mampu bertahan menghadapi berbagai krisis ekonomi dan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta pengentasan kemiskinan. Akan tetapi, di era digital, UMKM dihadapkan pada tantangan baru, khususnya terkait keterbatasan pemanfaatan teknologi (Artanto et al., 2022). Minimnya literasi digital menyebabkan banyak pelaku UMKM belum optimal dalam menggunakan teknologi untuk memperluas promosi produk. Oleh karena itu, penguasaan keterampilan digital, seperti pemasaran melalui media sosial dan pemanfaatan Google Maps, menjadi kebutuhan penting guna meningkatkan daya saing UMKM lokal (Alfian et al., 2023)

Pemasaran digital adalah pemasaran yang dilakukan secara daring. Dengan menggunakan cara ini, pebisnis akan dapat lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan dan selera pasar. Pemasaran digital terdiri dari berbagai kegiatan yang saling berkaitan dan menggunakan internet untuk memasarkan serta menjual produk. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, website, landing page, blog, pasar daring, serta WhatsApp (Sibawaihi et al., 2025). Dengan demikian, pemasaran digital adalah langkah yang tepat bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing di pasar yang semakin padat. Selain pemasaran digital, penggunaan teknologi online melalui peta juga sangat bermanfaat. Google Maps, salah satu produk Google yang banyak digunakan untuk mencari lokasi usaha, sangat populer sebagai layanan peta digital (Shalsa Dela Nur Septi & Reiga Ritomiea Ariescy, 2024). Google maps merupakan aplikasi pemetaan online yang disiapkan oleh google secara gratis (Syaiful et al., n.d.). (Ikerismawati et al., 2023a) menyatakan bahwa Google Maps, dalam hal ini, berfungsi untuk

memperluas pasar dan meningkatkan penjualan bisnis kecil. Studi internasional juga telah membuktikan bahwa Google Maps adalah salah satu inovasi teknologi yang paling penting karena menawarkan rute yang luar biasa dan estimasi waktu serta menunjukkan lokasi bisnis (Mehta et al., 2019). Melalui platform ini, UMKM dipermudah untuk menampilkan informasi penting yang mencakup alamat dan kontak, website, foto produk, bahkan hingga ulasan pelanggan yang dapat meningkatkan kredibilitas usaha dan promosi secara gratis (Panatagama, 2021). Bahkan, dalam analisis penggunaan Google Maps sudah menyakinkan perubahan yang terjadi pada pola pikir pelaku UMKM untuk bersifat lebih terbuka terhadap digital tech (Yusuf et al., 2024). (Rohim et al. (2022) juga menegaskan bahwa pelatihan terkait Google Maps dan pemasaran online dapat mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha, meningkatkan kepemilikan akun marketplace, serta mendorong kenaikan omzet.

Selain itu, strategi digitalisasi UMKM harus diarahkan pada peningkatan efisiensi, pendapatan, serta kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar. Implementasi digitalisasi yang tepat akan membantu UMKM menjaga keberlangsungan bisnis, memperkuat daya saing, sekaligus meminimalkan risiko kegagalan dalam proses transformasi digital (Gisheilla Euvangeulista et al., 2023).

Situasi di Toapaya Asri menunjukkan bahwa para pelaku daerah masih belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan bisnis. Berdasarkan sosialisasi KKN mahasiswa dengan pelaku UMKM setempat, terungkap bahwa promosi produk masih terbatas pada metode dari mulut ke mulut sementara media sosial dan media digital lainnya sama sekali belum digunakan. Selain itu, tidak adanya pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital menjadi salah satu hambatan utama dalam meningkatkan visibilitas dan memperluas pasar UMKM di Toapaya Asri.

Dari berbagai permasalahan tersebut, program pengabdian masyarakat dalam bentuk sosialisasi digital marketing dan pembuatan akun google maps dilaksanakan guna memberikan edukasi dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Hal tersebut dimaksudkan agar mereka memahami strategi pemasaran digital dan memberdayakannya secara berkelanjutan. Di sisi lain, mereka pun diarahkan untuk mengurus akun Google Maps agar konsumen lebih mudah menemukan letak UMKM mereka berada. Menurut (Ikerismawati et al., 2023b), pemanfaatan google maps disertai dengan pendampingan berupa pembimbingan terbukti mampu mempengaruhi kenaikan penjualan dan pertumbuhan usaha UMKM. Dengan

demikian, sosialisasi digital marketing ini diharapkan dapat bekerja menggerakkan daya saing UMKM Toapaya Asri dan pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

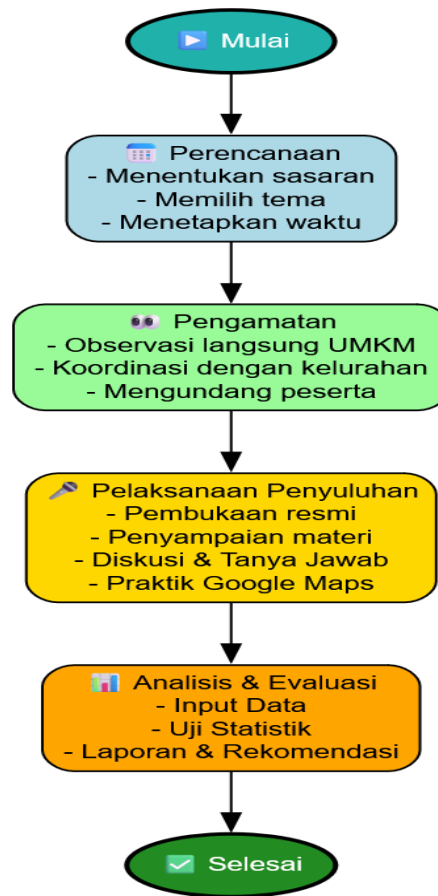
Metode

Metode yang paling relevan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah *Participatory Action Research (PAR)* yang dipadukan dengan Sisdamas (Sistem Pemberdayaan Masyarakat). Pendekatan ini menekankan keterlibatan aktif pelaku UMKM sejak tahap perencanaan, pengamatan, hingga pelaksanaan dan evaluasi, sehingga setiap peserta tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga terlibat langsung dalam proses pembelajaran. Konsep *learning by doing* diwujudkan melalui sosialisasi, pendampingan, serta praktik nyata seperti penambahan lokasi usaha ke Google Maps, yang membuat materi lebih mudah dipahami dan diaplikasikan. Dengan kombinasi PAR dan Sisdamas, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menjadi penyuluhan satu arah, melainkan juga membangun partisipasi aktif dan rasa memiliki dari masyarakat, sehingga manfaat yang dihasilkan lebih nyata dan berkelanjutan.

Dimana mahasiswa berinteraksi langsung dengan warga melalui sosialisasi dan pendampingan. Sosialisasi diselenggarakan pada tanggal 24 Agustus 2025 di Aula Kecamatan Toapaya secara offline. Dipandu oleh mahasiswa KKN dan narasumber yang berpengalaman di bidang marketing, dengan pelaku UMKM sebagai peserta utama. Program ini memiliki tujuan tertentu yakni Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai konsep digital marketing dan memanfaatkan Google Maps dalam pemetaan lokasi usaha agar lebih mudah diakses konsumen. Proses pelaksanaan program ini terdiri dari beberapa tahapan, seperti:

1. Tahap perencanaan yang merupakan langkah penting dalam melaksanakan aktivitas ini, yaitu dengan menetapkan sasaran yang ingin dicapai, memilih tema, serta menentukan waktu untuk pelaksanaan kegiatan.
2. Tahap pengamatan dilaksanakan sebagai langkah lanjutan setelah menentukan objek kegiatan. Tim KKN melaksanakan pengamatan secara langsung dengan datang ke setiap UMKM di Toapaya Asri. Setelah itu, tim KKN melakukan koordinasi dengan kepala kelurahan untuk meminta izin serta mengundang dalam kegiatan ini, kemudian berkoordinasi dengan masing-masing pemilik UMKM agar bisa ikut serta dalam kegiatan ini.
3. Diakhiri dengan tahap pelaksanaan kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana yang dibuat oleh tim KKN. Langkah-langkah yang dilakukan dimulai dengan pembukaan resmi kemudian penyampaian materi oleh

narasumber dilanjutkan dengan diskusi tanya jawab, lalu peserta dibimbing secara praktis dalam menambahkan lokasi usaha ke Google Maps.



Gambar 1. Alur kegiatan PKM

Hasil dan Pembahasan

Peserta menyadari peran media sosial dan peta digital sebagai promosi tanpa biaya besar. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian tentang pengaruh digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM (Ula et al., 2025). Pemanfaatan digital marketing terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk lokal secara signifikan. Hasil penelitian oleh (Bhatt et al., 2023) menunjukkan bahwa UMKM yang memaksimalkan strategi pemasaran digital, seperti melalui instagram dan facebook, mengalami peningkatan hingga 60% lebih tinggi dibandingkan dengan pelaku usaha yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional. Temuan ini mengindikasikan bahwa terdapat peluang besar bagi UMKM di kelurahan

Toapaya Asri dalam memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif terjangkau.

Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam literasi digital serta kurangnya keterampilan dalam mengelola konten pemasaran secara efektif. Tantangan lain yang muncul adalah rendahnya kemampuan dalam membangun identitas merek yang konsisten di berbagai platform digital. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan daya saing antara UMKM yang telah memanfaatkan digital marketing dengan yang belum. UMKM yang aktif menggunakan media sosial umumnya menunjukkan peningkatan volume penjualan dan tingkat loyalitas konsumen yang lebih tinggi.

Meskipun penerapan digital marketing memberikan dampak positif, berbagai kajian menekankan pentingnya keberlanjutan strategi dalam jangka panjang. Pemasaran digital yang hanya dilakukan secara singkat, misalnya sekedar mengikuti tren promosi musiman, cenderung tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap peningkatan daya saing dalam jangka panjang. Keberhasilan strategi digital sangat bergantung pada konsistensi pelaksanaannya, analisis pasar yang dilakukan secara berkelanjutan, serta integrasinya dengan keseluruhan strategi bisnis.

Berdasarkan berbagai temuan yang ada di lapangan, dapat diketahui bahwa digital marketing mempunyai peran yang sangat penting dalam mendorong kemajuan UMKM di kelurahan Toapaya Asri. Namun, tingkat keberhasilannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi, membangun identitas merek yang kuat, serta memaksimalkan berbagai saluran pemasaran digital. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital bagi pelaku UMKM menjadi langkah strategis untuk mengoptimalkan potensi lokal melalui pemanfaatan digital marketing secara berkelanjutan.

Dengan demikian mahasiswa KKN (Kuliah Kerja Nyata) berpartisipasi dengan membuat program “Sosialisasi Sinergi Bisnis dan Pemetaan Digital” bertemakan: Pelatihan Kemasan Menarik dan Strategi Promosi Produk UMKM Serta Pemetaan Digital Toapaya Asri Untuk Peningkatan Daya Saing Ekonomi. Dalam hal ini sosialisasi dilakukan dengan mengembangkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku UMKM melalui penggunaan digital marketing dalam melakukan pemasaran produk.



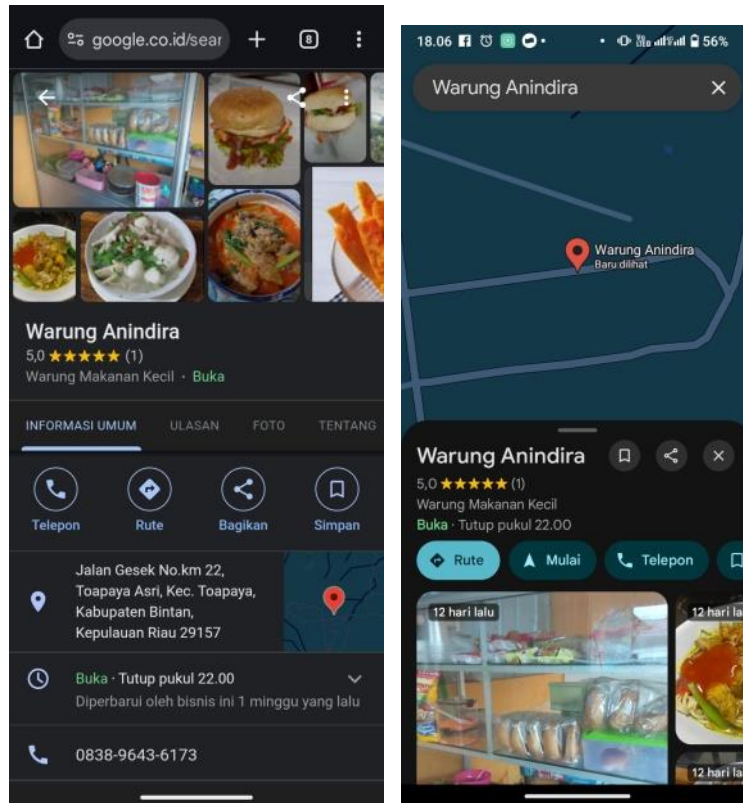
Gambar 2. Pemaparan Materi Oleh Narasumber
Sumber: Dokumentasi Pribadi KKN 33 Toapaya Asri

Pada kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh 34 pelaku UMKM, pada kegiatan ini peserta sosialisasi diberikan wawasan terkait dengan media sosial, pelatihan digital marketing serta pemetaan lokasi usaha di aplikasi google maps. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pembuatan nama usaha, label, dan inovasi kemasan agar produk mereka lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Nama usaha dirancang untuk membedakan produk dari para pesaing, label berfungsi sebagai simbol yang merepresentasikan identitas produk, sedangkan inovasi kemasan ditujukan untuk menarik minat konsumen sekaligus menjaga kualitas produk. Seluruh proses ini didukung dengan pemanfaatan berbagai platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp.



Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Google Maps
Sumber: Dokumentasi Pribadi KKN 33 Toapaya Asri

Setelah tahap sosialisasi, para pelaku UMKM diarahkan untuk membuat akun Google Maps. Bagi yang belum memiliki akun, akan diberikan pendampingan dalam proses pembuatannya. Selanjutnya, alamat usaha diatur dengan menambahkan pin pada lokasi yang sesuai. Setelah pin terpasang, langkah berikutnya adalah memilih fitur 'tambah lokasi yang belum terdaftar' dan melengkapi data usaha, seperti nama, kategori, serta alamat lengkap UMKM tersebut.



Gambar 4. Titik Lokasi UMKM Warung Anindira Dari Google Maps
Sumber: Dokumentasi Salah Satu Pelaku UMKM Toapaya Asri

Dengan keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan pendampingan telah membantu pelaku UMKM dalam mendaftarkan lokasi usahanya ke Google Maps melalui kegiatan sosialisasi yang sistematis. Peran mahasiswa tidak hanya terbatas pada aspek teknis pemetaan digital, tetapi juga turut mendorong peningkatan pengetahuan pelaku usaha. Hal ini terlihat dari pemahaman yang lebih baik mengenai penerapan digital marketing, strategi pengemasan produk yang menarik, serta pentingnya label sebagai identitas merek. Dengan adanya pendampingan ini, UMKM memperoleh manfaat nyata dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah perkembangan era digital.

Kesimpulan

Secara umum, kegiatan sosialisasi dan pendampingan digital marketing serta pembuatan Google Maps yang dilakukan oleh mahasiswa KKN di Kelurahan Toapaya Asri berhasil memberikan dampak yang positif. Program kerja ini efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM mengenai pemanfaatan teknologi digital sebagai alat promosi. Peserta sosialisasi menyadari bahwa pemasaran digital, seperti melalui media sosial dan Google Maps, merupakan strategi yang efisien dan berbiaya rendah untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha.

Penerapan digital marketing terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan potensi penjualan. Hal ini didukung dengan pendampingan praktis dalam membuat akun dan mendaftarkan lokasi usaha di Google Maps, yang memudahkan konsumen menemukan UMKM setempat. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar pelaku UMKM terus konsisten dalam menerapkan strategi digital ini untuk membangun identitas merek yang kuat dan berkelanjutan, sementara itu untuk peneliti lain di masa depan dapat melanjutkan penelitian dengan program pendampingan yang lebih mendalam, seperti manajemen konten, analisis data penjualan, dan pengenalan platform e-commerce, guna memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM yang lebih optimal.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH), Ibu Annissa Valentina, S. Sos., M. A selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), Ibu Sistiana, S. Tr., S.Sos selaku Lurah Toapaya beserta jajarannya, Masyarakat Toapaya Asri dan Seluruh Anggota KKN 33 Toapaya Asri yang telah ikut berpartisipasi serta memberikan dukungan dan bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

Referensi

Albi Panatagama. (2021). 6 Manfaat Menggunakan Google Maps untuk Bisnis. Marketing and Public Relations Terralogiq. <https://terralogiq.com/manfaat-google-maps-untuk-bisnis/>

- Alfian, A., Khairana, C., Suryana, N., Putra, K., Widyastuti, N., Sophia, M., & Husni, S. (2023). PENGEMBANGAN STRATEGI DAN PROGRAM BISNIS UMKM BERBASIS DIGITAL DALAM MEMBUKA PELUANG PASAR: MOMENTUM PANDEMI COVID-19. *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 12(2), 262–273.
- Artanto, A. T., Kusnarto, Haryono, N., & Sholihatin, E. (2022). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Membangun Ketahanan Bisnis di Era New Normal. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 3(2), 163–180. <https://doi.org/10.20473/jgar.v3i2.41772>
- Bhatt, B., Matharu, S. K., & Sharma, P. (2023). Role of Emergent Technologies in Entrepreneurial Firms. *Journal of Development Research*, 16(2), 120–129.
- Gisheilla Euvangeulista, Alferina Agustin, Guntur Pramana Edy Putra, Destiana Tunggal Pramesti, & Harries Madiistriyatno. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16.
- Ikerismawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S. (2023a). Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Seban Kota Pasuruan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1294–1302. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.3139>
- Kementerian Hukum dan HAM, I. (2008). Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah. (20), 1–24.
- Mehta, H., Kanani, P., & Lande, P. (2019). Google Maps. In *International Journal of Computer Applications* (Vol. 178, Issue 8).
- Rahim, N., Ali, N., & Adnan, M. (2022). Students' Financial Literacy: Digital Financial Literacy Perspective. *GATR Journal of Finance and Banking Review*, 6, 18–25. [https://doi.org/10.35609/jfbr.2022.6.4\(2\)](https://doi.org/10.35609/jfbr.2022.6.4(2))
- Rahmat, F., Bukit, A., Geby, G., Irvan,), Fahmi,), & Teknik, F. (2019). PEMBUATAN WEBSITE KATALOG PRODUK UMKM UNTUK PENGEMBANGAN PEMASARAN DAN PROMOSI PRODUK KULINER WEBSITE CREATION PRODUCT CATALOG MSMEs FOR MARKETING AND PROMOTION DEVELOPMENT OF CULINARY PRODUCTS 1). www.imosumut.com.

- Shalsa Dela Nur Septi, & Reiga Ritomiea Ariescy. (2024). Pemanfaatan Google Maps Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal. *Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5.
- Sibawaihi, M., Rahman Suradi, A., Ramli, F., Trisnowali, A. M., Kunci -Digitalisasi, K., Maps, G., & Lokal, P. (2025). Digitalisasi UMKM: Pendampingan Pembuatan “Google Maps” dan Pemasangan Banner dalam Meningkatkan Pemasaran Lokal di Desa Gantiwarno. 5(1). <https://doi.org/10.58794/jdt.v5i1.1343>
- Syaiful, M., Jurusan, A., Informatika, T., Pembimbing, D., Elektronika, P., & Surabaya, N. (n.d.). MEMBANGUN SISTEM NAVIGASI DI SURABAYA MENGGUNAKAN GOOGLE MAPS API. <http://www.w3.org/1999/xhtml>
- Ula, C. I. N., Adinugraha, H. H., & Gunawan, A. (2025). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk Umkm Cahya Batik Pekalongan Jawa Tengah. *AL-IQTISHAD: Jurnal Ekonomi*, 17(1), 435–451.
- Yusuf, M., Urr Rahman, & Helfenta. (2024). SOSIALISASI PENTINGNYA LOKASI UMKM PADA GOOGLE MAPS SEBAGAI BENTUK DIGITAL MARKETING.