

# Penguatan Pemasaran Digitalisasi UMKM Melalui Integrasi *Google Maps* Dan *Marketplace*

Elysa Rohayani Hasibuan<sup>1</sup>, Dini Hariyati Adam<sup>2</sup>, Lily Rohanita Hasibuan<sup>3</sup>, Rizky Syahputra<sup>4</sup>, Rohani<sup>5</sup>, Rahmi Nazliah<sup>6</sup>, Mila Nirmala Sari Hasibuan<sup>7</sup>

1,2,3,4,5,6,7 Teknologi Informasi, Pendidikan Kimia, Pendidikan Matematika, Sistem Informasi, Pendidikan Biologi, Pendidikan Kewarganegaraan, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Labuhabatu, Universitas Islam Sumatera Utara

\*e-mail: [elysa.hasby@gmail.com](mailto:elysa.hasby@gmail.com), [diniahariyatiadam@gmail.com](mailto:diniahariyatiadam@gmail.com), [rohanitalily@gmail.com](mailto:rohanitalily@gmail.com), [rizki.pecintarasulullah@gmail.com](mailto:rizki.pecintarasulullah@gmail.com), [pasariburohani@gmail.com](mailto:pasariburohani@gmail.com), [rahmi.nazliah@gmail.com](mailto:rahmi.nazliah@gmail.com), [milanirmalasari7@gmail.com](mailto:milanirmalasari7@gmail.com)

WA Korespondensi : 082169905387

## Abstract

*This community service initiative to help UMKM owners leverage digital platforms in their marketing strategies. Most UMKM owner have not optimal used of digital platforms such as google maps and marketplace. These platforms play a crucial role in boosting business visibility expanding market reach and making it easier for customers to find business location. This community service initiative aims to enhance UMKM owners' capabilities in digital marketing through the integration of Google Maps and marketplaces. The implementation methods include outreach, training, mentoring, and evaluation. The results showed that following the intervention, 85% of SME participants successfully registered their business locations on Google Maps and listed their products on marketplaces. This increased visibility and expanded consumer reach, making it easier for customers to find physical locations and products, and opening up new market opportunities. Thus, this initiative makes a significant contribution to enhancing the competitiveness of SMEs within the digital ecosystem.*

**Keywords:** Digitization, UMKM owner, Google Maps, Marketplace

## Abstrak

*Pengabdian ini membantu para pelaku UMKM untuk memanfaatkan platform digital dalam strategi pemasaran. Sebagian besar pelaku UMKM belum memanfaatkan platform digital seperti google maps dan marketplace secara optimal. Padahal kedua platform tersebut berperan penting dalam meningkatkan visibilitas bisnis, memperluas jangkauan pasar serta memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha. Kegiatan pengabdian msayarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan digitalisasi pemasaran melalui integrasi google maps dan marketplace. Metode pelaksanaan terdiri dari sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Hasilnya menunjukkan bahwa setelah intervensi, 85 % peserta UMKM berhasil mendaftarkan lokasi usahanya di google maps dan mengunggah produk di marketplace. Peningkatan visibilitas dan memperluas jangkauan konsumen, mempermudah pelanggan menemukan lokasi fisik dan produk serta membuka peluang pasar baru. Dengan demikian kegiatan ini memberikan kontribusi signifikan bagi peningkatan daya saing UMKM dalam ekosistem digital.*

**Kata kunci:** Digitalisasi, UMKM, Google Maps, Marketplace

## 1. PENDAHULUAN

Digitalisasi pemasaran menjadi salah satu kebutuhan utama bagi pelaku UMKM dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen. Saat ini sebagian besar konsumen mencari informasi usaha melalui internet sebelum melakukan pembelian. Pemanfaatan teknologi digital yakni digital marketing merupakan pemasaran digital yang dilakukan dengan cara promosi melalui media digital secara online. Digital marketing mencakup memperluas pasar, memperkenalkan produk secara luas, pemasaran interaktif dan terpadu, membantu produsen, perantara pasar, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen (Sari et al., 2025; Sibawaihi et al., 2025; Safitri & Nugroho, 2025). Dalam era digital seperti sekarang, keberadaan di platform digital, terutama di Google, menjadi faktor penting untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas pasar (Diyana & Putra, 2025). Teknologi digital telah

membawa dampak perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor bisnis. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu pilar ekonomi di berbagai negara juga tidak luput dari dampak positif teknologi. Salah satu langkah sederhana namun berdampak besar dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran produk UMKM adalah pemanfaatan Google Maps (Fujiono et al., 2023; Sari et al., 2025).

Google Maps merupakan aplikasi layanan pemetaan yang dikembangkan oleh Google dan menjadi salah satu alat paling populer dalam menemukan lokasi fisik maupun merencanakan perjalanan. Wulandari et al. (2025) menjelaskan bahwa Google Maps merupakan platform pemetaan web yang menyediakan informasi geografis, petunjuk arah, serta peta digital secara gratis. Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi, tetapi juga sebagai media promosi yang memungkinkan konsumen menemukan lokasi usaha, melihat ulasan, dan memperoleh informasi kontak dengan mudah.

Selain itu, banyak pelaku UMKM mulai mengadopsi media sosial sebagai strategi utama dalam mempromosikan produk mereka, salah satunya melalui Facebook Marketplace. Media sosial dan Google Maps menjadi platform pemasaran yang banyak digunakan di Indonesia karena mampu membangun hubungan lebih dekat dengan konsumen serta meningkatkan visibilitas usaha dengan biaya yang relatif rendah dan jangkauan yang luas (Kasnelly et al., 2025). Melalui media sosial, interaksi langsung seperti komentar, pesan pribadi, dan konten interaktif memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah yang lebih personal dan berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan loyalitas pelanggan. Sementara itu, Google Maps sebagai platform pemasaran berbasis lokasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk ditemukan oleh konsumen potensial melalui pencarian lokal. Kombinasi kedua platform tersebut dapat membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di era digital.

Penggunaan marketplace sebagai sarana penjualan telah dimanfaatkan oleh berbagai kalangan, mulai dari perusahaan berskala besar hingga usaha mikro, kecil, dan menengah. Marketplace dinilai mampu menghemat biaya promosi, tenaga, dan waktu sehingga menjadi strategi pemasaran yang lebih efisien dan kompetitif (Indrawan et al., 2024). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara memaksimalkan fitur pemasaran pada Facebook Marketplace maupun pentingnya integrasi beberapa platform digital untuk memperluas jangkauan produk. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa marketplace mampu memperluas pasar, menurunkan biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi pemasaran. Akan tetapi, rendahnya literasi digital, kurangnya kepercayaan terhadap transaksi online, dan keterbatasan adaptasi teknologi masih menjadi kendala utama bagi pelaku UMKM (Iriani et al., 2025). Selain itu, berdasarkan hasil wawancara awal, beberapa pelaku UMKM mengakui bahwa pemasaran digital melalui media sosial membantu meningkatkan penjualan produk. Namun, sebagian lainnya menilai pemasaran digital belum sepenuhnya efektif karena adanya biaya administrasi marketplace serta keterbatasan kemampuan teknologi dan perangkat pendukung seperti smartphone (Hadiani & Purnama, 2025).

## 2. METODE

Pengabdian ini menggunakan metodologi observasi dan langsung turun ke lapangan dengan tahapan observasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Peserta dalam kegiatan ini adalah masyarakat yang mempunyai usaha bidang kuliner di Desa Emplasmen Aek Nabara- Bilah Hulu dengan jumlah peserta yang hadir sebanyak 50 peserta dan kegiatan dilakukan di Desa Aek Nabara.

### a. Observasi

Untuk tahapan ini tim pengabdian melakukan kunjungan/survey ke beberapa UMKM yang ada di Desa Emplasmen Aek Nabara untuk mengetahui dan memahami permasalahan yang ada dilapangan tempat pengabdian masyarakat berlangsung serta menjelaskan manfaat dari digital marketing. Kegiatan ini dilakukan selama 4 hari pada tanggal 16-19 Februari 2026

### b. Pelatihan

Pada tahap ini tim pengabdian masyarakat akan memberikan materi ataupun penjelasan tentang betapa pentingnya pemasaran digitalisasi melalui integrasi *google maps* dan *marketplace* guna untuk memanfaatkan teknologi dalam pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar dengan membantu para pelaku UMKM dalam membuat akun *google business profile*, verifikasi lokasi, pembuatan akun *facebook marketplace* dan unggah produk.

c. Pendampingan

Untuk di tahap pendampingan, tim pengabdian masyarakat akan mendampingi peserta pelaku UMKM dengan cara tutorial dan menjelaskan secara mendalam lagi ke perorangan. Sebagian dilakukan dengan kunjungan langsung/tata puka ke lokasi UMKM berdasarkan waktu yang telah disepakati agar pelaku UMKM mampu mengelola akun secara mandiri, lebih terarah dan produktif.

d. Evaluasi

Untuk tahapan terakhir ataupun tahap evaluasi, maka tim pengabdian masyarakat menilai dan memonitoring sejauh mana pelatihan dan peningkatan keterampilan peserta UMKM untuk selalu melek terhadap perkembangan teknologi. Setelah ini tim pengabdian terus *memfollow up* perkembangan dengan cara mengisi kuisioner untuk memastikan apakah pengabdian ini dapat memberikan dampak yang baik atau positif.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

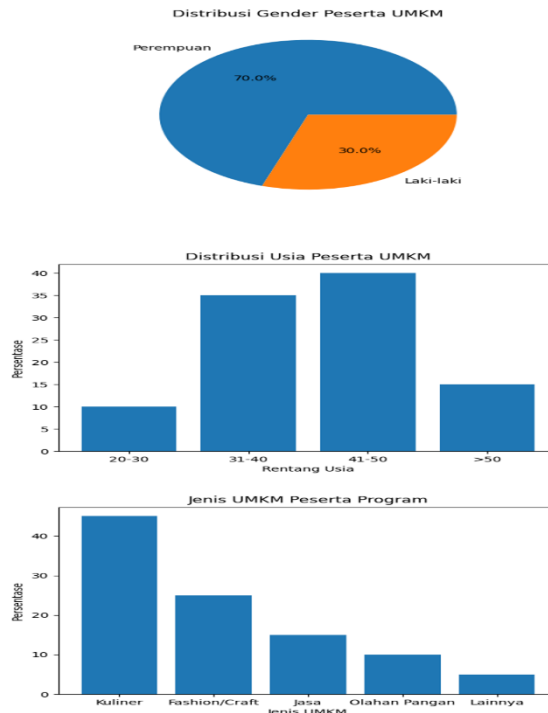
Kegiatan pengabdian masyarakat ini ditujukan kepada masyarakat yang membutuhkan pelatihan dan pendampingan yang terkait dengan *google maps* dan *marketplace facebook*. Lokasi Pengabdian Masyarakat ini terjadi di desa Emplasmen- Aek Nabara, Kecamatan Bilah Hulu, Kabupaten Labuhanbatu, Provinsi Sumatera Utara. Adapun peserta yang ikut dalam pelatihan dan pendampingan adalah peserta pemula usaha, yang sedang dalam menjalankan usaha dan yang akan membuka usaha. Berdasarkan hasil pendampingan dan pelatihan mengenai strategi pemasaran digital yang diterapkan, perkembangan teknologi membuat UMKM di Desa Emplasmen Aek Nabara perlu beradaptasi terutama dalam proses pemasaran. Pemasaran melalui digital dengan memanfaatkan media sosial, *marketplace* dan penggunaan *platform* lainnya, memudahkan para pelaku UMKM di Desa Emplasmen untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan mereka telah menerapkan pemasaran digital, ada yang melalui media sosial *Instagram*, *WhatsApp*, *Facebook*, *Tiktok* dan ada juga yang memasarkan produknya melalui *marketplace Shopee*, dan *platform* lainnya seperti aplikasi *Grab* dan *Gojek*. Langkah-langkah ini tidak hanya meningkatkan visibilitas UMKM di mata konsumen, tetapi juga mendukung kelancaran operasional layanan pengantaran berbasis aplikasi. Secara keseluruhan, kombinasi antara penanda fisik dan kehadiran digital akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan daya saing UMKM di era digital saat ini (Sibawaihi, 2025). Adapun hasil dari pelatihan dan pendampingan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan pemahaman digital marketing seperti *marketplace*.

Berdasarkan hasil pendampingan dan pelatihan sebanyak 85% UMKM berhasil membuat dan memverifikasi profil usaha mereka di *Google Maps*. Peningkatan ini sangat signifikan mengingat sebelum program tidak ada satu pun pelaku UMKM yang memiliki profil digital pada *google business profile*. Sementara untuk menilai keberhasilan dilakukan menggunakan beberapa instrument untuk memastikan peningkatan benar-benar terukur, betapa instrument digunakan yaitu:

- a. memiliki HP pribadi
- b. Kepemilikan akun *google*
- c. Pembuatan profil *google maps*
- d. Unggah foto dan deskripsi usaha
- e. Pin lokasi di *maps*
- f. Verifikasi *google business*

Dan untuk peserta yang mengikuti program ini terdiri dari berbagai kategori usaha mulai dari kuliner, fesyen, jasa hingga usaha lainnya dengan rentang usia 20-55 tahun. Mayoritas peserta merupakan perempuan (70%) yang menjalankan usaha homemade (rumahan). Sebelum program dimulai, literasi digital peserta masih rendah, ditandai dengan minimnya pemahaman mengenai pembuatan akun google maupun pengelolaan marketplace. Berikut akan dijelaskan secara rinci:

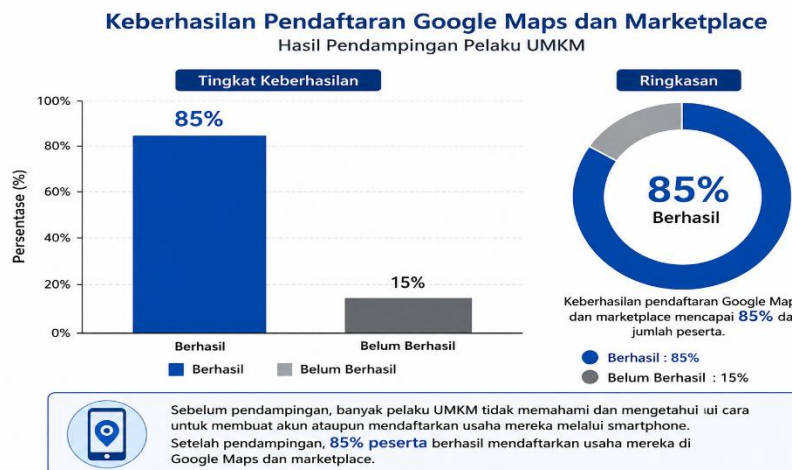


Gambar 1 Data Peserta, Usia dan jenis usaha

Data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar peserta, baik laki-laki maupun perempuan, mampu menyelesaikan proses pendaftaran. Kemampuan ini menunjukkan bahwa dengan bimbingan yang tepat, adopsi teknologi bukanlah hal yang sulit bagi UMKM.

2. Keberhasilan pendaftaran google maps dan marketplace sekitar 85% dari jumlah peserta.

Angka ini menggambarkan bahwa sebagian besar pelaku pelaku UMKM belum memahami dan mengetahui cara untuk membuat akun ataupun mendaftarkan usaha mereka melalui smartphone. Namun pendampingan yang diberikan mampu meningkatkan keterampilan secara signifikan.



Gambar 2. Keberhasilan pendaftaran google maps dan marketplace



Gambar 3. Keberhasilan pendaftaran *google maps* dan *marketplace*

Gambar diatas menunjukkan bahwa keberhasilan pendaftaran dengan mendaftarkan lokasi usaha dengan langkah langkah pengisian profil (nama usaha, alamat dan kontak) selanjutnya, memastikan data yang dimasukkan benar dan verifikasi lokasi berjalan dan pendaftaran UMKM ke Google Maps serta pendaftaran Marketplace Facebook telah berhasil disetujui.

3. Peningkatan kemampuan unggah produk di *facebook marketplace* mencapai 78%.

Setelah mendapat pendampingan dari tim pengabdian masyarakat, banyak pelaku UMKM berhasil mendaftarkan usaha mereka ke *marketplace* secara *online* dan pembuatan *google maps* untuk mengembangkan dan memperluas target pasar mereka. Daftar menu berhasil di masukkan ke aplikasi *marketplace*.



Gambar 4. Grafik pengunggahan produk di *facebook markerplace*



Gambar 5. Keberhasilan menambahkan item menu

Gambar diatas mempraktikkan langsung cara mengunggah produk ke Facebook Marketplace. Tim pengabdian menyiapkan foto produk, menulis deskripsi singkat dan harga, serta meninjau tampilan *listing* sebelum dipublikasikan.

#### 4. Dampak positif pada visibilitas dan aksesibilitas usaha



Gambar 6 dan 7. Foto Bersama tim pengabdian

Foto bersama, tim pengabdian masyarakat dan Pemilik UMKM sebagai dokumentasi telah berhasilnya kegiatan pendampingan dan pelatihan yang dijalankan sehingga bisa memberikan dampak positif pada visibilitas dan aksesibilitas usaha

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Emplasmen Aek Nabara menunjukkan bahwa pelaku UMKM perlu menyesuaikan strategi pemasaran dengan perkembangan teknologi digital agar mampu bersaing dalam pemasaran berbasis daring. Melalui pelatihan penggunaan Facebook Marketplace dan Google Maps, sebagian besar peserta berhasil meningkatkan pemahaman serta keterampilan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi usaha. Hasil kegiatan memperlihatkan bahwa sekitar 85% pelaku UMKM telah mampu membuat sekaligus memverifikasi profil usaha mereka di Google Maps. Kondisi ini mencerminkan adanya peningkatan kapasitas pemasaran digital yang mendukung perluasan jangkauan pasar dan memudahkan konsumen dalam menemukan produk maupun lokasi usaha. Selain

memperluas visibilitas usaha, keberadaan UMKM pada platform digital juga memberikan dampak positif terhadap tingkat kepercayaan konsumen karena bisnis menjadi lebih mudah dikenali dan diakses secara publik. Dengan demikian, penggunaan teknologi digital, khususnya Facebook Marketplace dan Google Maps, dapat menjadi alternatif strategi pemasaran yang efektif untuk memperkuat daya saing dan meningkatkan potensi penjualan UMKM di tingkat lokal.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak telah memberi semua dukungan terhadap pengabdian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Affandy, Y., Bahri, S. Y., et al. (2025). Upaya peningkatan nilai ekonomi produk UMKM melalui pemanfaatan marketplace sebagai platform pemasaran digital (studi kasus pada Sinar Timur, Desa Tanjung Luar, Keruak, Lombok Timur). *Transformasi Masyarakat: Jurnal Inovasi Sosial dan Pengabdian*, 2(3). <https://doi.org/10.62383/transformasi.v2i3.1628>
- Diyana, N. F., & Putra, M. A. (2025). Digitalisasi pemasaran UMKM melalui Google Bisnis dan Maps: Studi kasus keripik ubi Faizah. *Gudang Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 282–289. <https://doi.org/10.59435/gjpm.v3i1.1339>
- Ernawati, Zakariya, M. N., & Rizki, M. (2025). Pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran pada UMKM Warkop di Desa Pepelegi Sidoarjo. *Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(2), 32–42.
- Fujiono, Zabadi, F., et al. (2023). Pemanfaatan Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran produk UMKM di Desa Bunder. *J-Adimas (Jurnal Pengabdian Masyarakat)*, 11(2), 89–93.
- Hadiani, D., & Purnama, R. (2025). Analisis digital marketing berbasis marketplace dalam meningkatkan penjualan pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) kuliner melalui pendekatan interaktif di Kota Banjar. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1).
- Indrawan, I. G. A., Sasana, L. P. W., & Abidin, J. (2024). Pemanfaatan digital marketing melalui marketplace platform pada UMKM Sports Center Witana Harja, Pamulang, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(8). [Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa](https://doi.org/10.54951/comsep.v7i2.1333)
- Iriani, N., Mardia, Rahman, A., et al. (2025). Pemberdayaan pelaku UMKM dalam penggunaan aplikasi marketplace sebagai media pemasaran online. *SABANGKA ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 4(2), 78–83. <https://doi.org/10.62668/sabangkaabdimas.v4i02.1306>
- Kasnelly, S., Elisa, P., et al. (2025). Penerapan Google Maps dan media sosial sebagai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM Mavia Angkringan. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1). *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*
- Safitri, S. N., & Nugroho, R. H. (2025). Strategi digitalisasi UMKM melalui Google Maps dalam meningkatkan daya saing bisnis. *Jurnal Sinabis*, 1(4). [Jurnal Sinabis](https://doi.org/10.54951/comsep.v7i2.1333)
- Sari, D. P. P., Oktarianda, E. P., Amrullah, R., et al. (2025). Strategi digital marketing UMKM: Branding, akses konsumen dan promosi melalui Google Maps. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 510–516.
- Sibawaihi, M., Suradi, A. R., et al. (2025). Digitalisasi UMKM: Pendampingan pembuatan Google Maps dan pemasangan banner dalam meningkatkan pemasaran lokal di Desa Gantiwarno. *JDSITIRA*, 5(1). <https://doi.org/10.58794/jdt.v5i1.1343>
- Wulandari, Mulyana, S., et al. (2025). Digitalisasi UMKM Desa Timbang Lawan melalui pemetaan usaha di Google Maps sebagai strategi peningkatan visibilitas dan aksesibilitas konsumen. *SABANGKA ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 4(6), 1265–1277. <https://doi.org/10.62668/sabangkaabdimas.v4i06.1901>