

---

---

## PENYULUHAN PEMANFAATAN GOOGLE MAPS UNTUK MENINGKATKAN VISIBILITAS USAHA BAGI PELAKU UMKM DI DESA HIANG, KECAMATAN SETINJAU LAUT

Mhd. Rasidin<sup>1)</sup>, Elvi Nilda<sup>2)</sup>, Wawan Novianto<sup>3)</sup>, Dafiar Syarif<sup>4)</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kerinci

Email: [mhdrasidin@iainkerinci.ac.id](mailto:mhdrasidin@iainkerinci.ac.id)

### *Abstract*

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Hiang Village, Setinjau Laut District, face challenges of limited visibility and market access due to the minimal utilization of digital technology. This low technology adoption is caused by a lack of knowledge, skills, and awareness regarding the potential of digital marketing. This community service activity aimed to enhance the capacity of MSME owners in utilizing Google Maps as a tool to increase their business visibility. The method employed was a participatory counseling approach, which included three stages: planning, implementation (consisting of socialization, theoretical presentation, and hands-on practice), and evaluation (through a post-test, feedback, and monitoring). The results showed a significant increase in participants' understanding, with over 90% passing the post-test. Moreover, there was a high rate of technology adoption, with 84% of participants successfully registering their businesses on Google Maps after the training. It is concluded that this outreach activity was effective in empowering MSMEs, providing a practical solution to the visibility problem, and serving as a strategic first step in bridging the digital divide in rural areas.*

**Keywords:** MSME Empowerment; Digital Marketing; Google Maps; Business Visibility; Hiang Village.

### **Abstrak**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Hiang, Kecamatan Setinjau Laut, menghadapi tantangan keterbatasan visibilitas dan akses pasar akibat minimnya pemanfaatan teknologi digital. Rendahnya adopsi teknologi ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran akan potensi pemasaran digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan Google Maps sebagai alat untuk meningkatkan visibilitas usaha. Metode yang digunakan adalah penyuluhan dengan pendekatan partisipatif yang meliputi tiga tahap: perencanaan, pelaksanaan yang terdiri dari sosialisasi, pemaparan teori, dan praktik langsung, serta evaluasi melalui tes akhir, umpan balik, dan monitoring. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta secara signifikan, di mana lebih dari 90% berhasil dalam tes akhir. Selain itu, terjadi adopsi teknologi yang tinggi dengan 84% peserta berhasil mendaftarkan usahanya di Google Maps pasca-pelatihan. Disimpulkan bahwa kegiatan penyuluhan ini efektif dalam memberdayakan UMKM, memberikan solusi praktis untuk masalah visibilitas, dan menjadi langkah awal yang strategis dalam mengurangi kesenjangan digital di wilayah pedesaan

**Kata Kunci:** Pemberdayaan UMKM; Pemasaran Digital; Google Maps; Visibilitas Usaha, Desa Hiang.

## **1. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia (Bisnis et al., 2023). Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyediakan lapangan pekerjaan bagi lebih dari 97% tenaga kerja Indonesia (PEREKONOMIAN & INDONESIA, 2021). Namun, meskipun kontribusi UMKM terhadap ekonomi negara sangat signifikan, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi tantangan besar dalam mengakses pasar yang lebih luas. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan dalam promosi produk

dan aksesibilitas bagi konsumen yang lebih luas (Umiyati & Achmad, 2021), terutama di daerah pedesaan seperti Desa Hiang, Kecamatan Setinjua Laut, Kabupaten Nagan Raya.

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka (Belu & Tenggara, 2016). Salah satu alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas usaha adalah Google Maps (Rizqiawan et al., n.d.). Platform ini memungkinkan UMKM untuk memetakan lokasi usaha mereka secara akurat, mempermudah konsumen menemukan lokasi toko atau warung, serta meningkatkan eksposur melalui pencarian berbasis lokasi. Namun, kenyataannya, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi ini secara optimal.

Penyuluhan tentang penggunaan Google Maps bagi pelaku UMKM di Desa Hiang sangat diperlukan, mengingat banyaknya potensi pasar digital yang dapat dijangkau dengan memanfaatkan alat ini. Penyuluhan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya teknologi dalam memajukan usaha mereka. Dengan menggunakan Google Maps, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan visibilitas usaha mereka, mempermudah konsumen menemukan lokasi mereka, dan akhirnya meningkatkan penjualan produk mereka.

Sebagaimana dikemukakan oleh Nugroho (2021), perkembangan teknologi informasi memberikan peluang yang sangat besar bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya, terutama dalam hal pemasaran dan distribusi produk. Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi ini secara maksimal karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengoperasikan teknologi tersebut. Oleh karena itu, penyuluhan tentang penggunaan Google Maps menjadi sangat penting untuk memberikan akses informasi dan meningkatkan daya saing UMKM.

Selain itu, pentingnya pemanfaatan teknologi dalam dunia usaha juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi dan Nurhidayati (2020), yang menemukan bahwa penggunaan aplikasi berbasis lokasi, seperti Google Maps, dapat membantu meningkatkan aksesibilitas dan daya saing UMKM di pasar yang lebih luas. Dengan memanfaatkan Google Maps, pelaku UMKM dapat memperluas jaringan bisnis mereka, menjangkau konsumen yang lebih besar, dan memberikan kemudahan dalam navigasi serta layanan pelanggan yang lebih baik.

Penyuluhan mengenai penggunaan Google Maps pada UMKM di Desa Hiang, Kecamatan Setinjua Laut, bukan hanya tentang memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun kesadaran akan potensi besar yang dapat diperoleh dari memanfaatkan teknologi ini. Program penyuluhan ini dapat menjadi titik awal untuk membantu UMKM di desa tersebut untuk memodernisasi cara mereka menjalankan usaha, serta memperkenalkan mereka pada dunia digital yang lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2022), pengembangan teknologi digital di kalangan UMKM di pedesaan dapat membantu menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, meningkatkan produktivitas, serta membuka peluang usaha baru. Oleh karena itu, melalui penyuluhan ini, diharapkan dapat mengurangi kesenjangan teknologi yang masih ada antara pelaku UMKM di kota dan desa, serta mendorong mereka untuk lebih beradaptasi dengan perkembangan digital yang pesat.

## **2. IDENTIFIKASI MASALAH**

rendahnya daya saing dan keterbatasan akses pasar yang dialami oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Hiang. Keterbatasan ini disebabkan secara langsung oleh belum optimalnya pemanfaatan teknologi pemasaran digital, khususnya Google Maps, yang krusial untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha. Rendahnya adopsi teknologi ini berakar pada dua faktor fundamental, yaitu kurangnya pengetahuan dan keterampilan teknis para pelaku usaha dalam mengoperasikan platform digital, serta minimnya kesadaran (awareness) akan potensi besar yang ditawarkan oleh teknologi tersebut. Pada akhirnya, kondisi ini merupakan manifestasi nyata dari adanya kesenjangan digital (digital divide) yang lebih luas antara pelaku UMKM di pedesaan dan perkotaan, yang menghambat potensi pertumbuhan ekonomi mereka.

## **3. METODE PELAKSANAAN**

### **1. Tahap Perencanaan**

Pada tahap perencanaan, kegiatan dimulai dengan identifikasi target peserta UMKM yang akan mengikuti penyuluhan. Materi pelatihan disusun secara sederhana dan praktis agar mudah dipahami oleh pelaku UMKM, mencakup cara registrasi dan pemanfaatan Google Maps untuk meningkatkan visibilitas usaha. Selain itu, jadwal pelatihan disusun agar fleksibel dan sesuai dengan waktu yang tersedia bagi peserta. Persiapan logistik juga dilakukan, seperti penyediaan perangkat teknologi dan tenaga pengajar yang berkompeten.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap pelaksanaan, penyuluhan dimulai dengan sosialisasi kepada peserta mengenai tujuan dan manfaat pelatihan. Kegiatan utama terdiri dari pemaparan teori penggunaan Google Maps, dilanjutkan dengan sesi praktikum di mana peserta belajar langsung cara mendaftar dan mengelola informasi bisnis mereka di Google Maps. Fasilitator juga memberikan bimbingan langsung untuk memastikan setiap peserta memahami dan mampu mengaplikasikan materi yang telah disampaikan.

### **3. Tahap Evaluasi**

Evaluasi dilakukan dengan mengukur pemahaman peserta melalui tes pengetahuan dan pengumpulan umpan balik untuk mengetahui seberapa efektif penyuluhan yang diberikan. Monitoring lanjutan dilakukan setelah pelatihan untuk mengevaluasi perubahan dalam penggunaan Google Maps oleh UMKM, serta mengidentifikasi dampaknya terhadap visibilitas usaha mereka. Hasil evaluasi ini digunakan untuk menyusun laporan dan memberikan rekomendasi perbaikan bagi penyuluhan di masa mendatang.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian**

Kegiatan penyuluhan telah berhasil dilaksanakan di Balai Desa Hiang, Kecamatan Setinjua Laut, yang diikuti oleh 25 orang pelaku UMKM dari berbagai sektor (kuliner, kerajinan, dan jasa). Sesuai dengan tahap perencanaan, materi disajikan secara sederhana dan sesi praktikum menjadi fokus utama. Selama tahap pelaksanaan, para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama saat sesi praktik langsung mendaftarkan usaha mereka ke Google Maps menggunakan smartphone masing-masing. Fasilitator memberikan

pendampingan personal untuk memastikan setiap peserta dapat mengikuti langkah-langkah teknis hingga berhasil mempublikasikan lokasi usahanya.

#### Hasil Evaluasi Pemahaman Peserta

Evaluasi yang dilakukan segera setelah pelatihan menunjukkan hasil yang sangat positif. Peningkatan Pengetahuan: Dari hasil tes pengetahuan (post-test) yang diberikan, ditemukan bahwa lebih dari 90% peserta mampu menjawab dengan benar pertanyaan-pertanyaan terkait fungsi dan cara penggunaan Google Maps untuk bisnis. Angka ini menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan dibandingkan sebelum pelatihan, di mana sebagian besar peserta mengaku tidak tahu cara mendaftarkan usahanya.

Umpan Balik Peserta: Umpan balik yang dikumpulkan melalui kuesioner menunjukkan bahwa 100% peserta merasa kegiatan ini sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan mereka. Banyak yang menyatakan baru menyadari betapa mudahnya mendaftarkan usaha mereka secara online untuk menjangkau pelanggan baru.

#### Hasil Monitoring Pasca-Pelatihan

Monitoring yang dilakukan dalam kurun waktu dua minggu setelah pelatihan menunjukkan adopsi teknologi yang nyata. Adopsi Google Maps: Tercatat sebanyak 21 dari 25 peserta (84%) telah berhasil mendaftarkan dan melengkapi profil Google Business mereka di Google Maps. Usaha-usaha ini kini dapat ditemukan melalui pencarian berbasis lokasi, lengkap dengan foto produk, jam operasional, dan nomor kontak.

Peningkatan Visibilitas Awal: Beberapa peserta melaporkan bahwa mereka mulai menerima telepon atau kunjungan dari pelanggan baru yang mengaku menemukan lokasi mereka melalui Google Maps, sebuah pengalaman yang belum pernah mereka alami sebelumnya.

## **5. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa penyuluhan pemanfaatan Google Maps telah berhasil dilaksanakan dan efektif dalam meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM di Desa Hiang. Hal ini terbukti dari tingginya antusiasme, peningkatan pengetahuan peserta yang signifikan, dan umpan balik yang sangat positif.

Penyuluhan ini secara langsung menjawab masalah mendasar yang dihadapi UMKM, yaitu kurangnya pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran akan teknologi. Mayoritas peserta (84%) kini telah berhasil mengadopsi teknologi Google Maps, yang merupakan langkah awal yang krusial untuk mengatasi masalah visibilitas dan keterbatasan akses pasar.

Kegiatan ini berhasil memberikan solusi konkret dan praktis bagi UMKM untuk mulai bersaing di era digital. Dengan terdaftarnya usaha mereka di Google Maps, UMKM di Desa Hiang kini memiliki fondasi untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pelanggan, dan mulai mengurangi kesenjangan digital dengan pelaku usaha di perkotaan..

## 6. REFERENSI

- Belu, S., & Tenggara, E. N. (2016). Penggunaan Teknologi Informasi di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Daerah Perbatasan ( Studi di Kabupaten Belu Provinsi Nusa Tenggara Timur ) Use of Information Technology among Performers Micro Small Medium Enterprises in the Border Area. 1(2), 141–152.
- Bisnis, J. E., Jebmak, A., Studi, P., Syariah, P., Syekh, U. I. N., Hasan, A., & Addary, A. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. 2(3).
- Haryono, G., Sarmigi, E., & Siswadhi, F. (2024). Analysis of tourist satisfaction in realising returns and recommending rural tourism destinations in Jambi province. JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia), 10(4), 145-154.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (2022). Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Nugroho, R. (2021). Teknologi Digital untuk UMKM: Solusi Menghadapi Tantangan Ekonomi Digital. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(2), 120-134.
- PEREKONOMIAN, K. K. B., & INDONESIA, R. (2021). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. SIARAN PERS. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomianindonesia>
- Prasetyo, E. (2022). Digitalisasi UMKM di Pedesaan: Menangkap Peluang di Era Transformasi Digital. Jurnal Teknologi dan Pemberdayaan Masyarakat, 7(1), 45-60.
- Rafina, Y., Sarmigi, E., Syarif, D., & Travilo, Y. (2024). The influence of technology perception, risk, and complaint handling on customer interest in using Internet banking at Bank Syariah Indonesia KCP Sungai Penuh. Journal of Islamic Economics Lariba, 10(2).
- Rizqiawan, H., Novianto, I., & Indrawati, T. (n.d.). Efektivitas Google Maps Sebagai Fungsi Promosi dan Media EWOM pada Pelaku Usaha Kuliner Surabaya. 4, 153–165.
- Sarmigi, E., Hayat, A. P., & Natasya, A. (2024). Pengajuan Izin Usaha UMKM di Desa Taman Jernih Sungai Tutung Kabupaten Kerinci. Jurnal Abdi Masyarakat Nusantara, 2(2), 29-36.
- Umiyati, E., & Achmad, E. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi online pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kota Jambi. 16(2), 255–266.
- Wahyudi, I., & Nurhidayati, N. (2020). Peluang dan Tantangan Penggunaan Aplikasi Berbasis Lokasi dalam UMKM. Jurnal Teknologi dan Manajemen, 11(3), 213-225.