

DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DESA WONOREJO MELALUI PENDAFTARAN PADA GOOGLE MAPS

DIGITALIZATION OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) IN WONOREJO VILLAGE THROUGH REGISTRATION ON GOOGLE MAPS

Giska Maulidya*, Rheyna Auliya Zahra, Cindra Aiskah Putri Zika, Salwa Azhira, Kirana Muliya Cantika Risqi, Astrida Fitri Nuryani

Jurusan Sosiologi/Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya, Malang

E-mail correspondence: giskamaulidya05@gmail.com ¹

Article History:

Received: 11.11.2025

Revised: 14.12.2025

Accepted: 16.02.2026

Abstrak: Kegiatan pengabdian ini berfokus pada peningkatan literasi digital dan visibilitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Wonorejo, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang, melalui pendaftaran usaha pada platform Google Maps. Tujuan program ini adalah memperkuat kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan penguatan ekonomi lokal. Metode yang digunakan berupa pendampingan langsung (door to door) dengan pendekatan partisipatif, di mana mahasiswa membimbing pelaku usaha membuat akun Google, melengkapi profil bisnis, dan melakukan verifikasi lokasi. Hasil kegiatan menunjukkan 18 dari 23 UMKM berhasil terdaftar dan aktif di Google Maps, dengan peningkatan tayangan profil mencapai lebih dari 2.000 kali dalam dua bulan. Program ini terbukti efektif meningkatkan literasi digital, memperluas jangkauan pasar, serta menghasilkan database UMKM desa sebagai dasar pengembangan ekonomi digital yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Pemberdayaan Masyarakat, Literasi Digital, Google Maps

Abstract: This community engagement project focuses on enhancing digital literacy and business visibility for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Wonorejo Village, Poncokusumo District, Malang Regency, through business registration on Google Maps. The program aims to strengthen MSME capacity in utilizing digital technology for promotion and local economic empowerment. The method applied was a participatory door-to-door mentoring approach, where university students guided business owners in creating Google accounts, completing business profiles, and verifying their locations. The results show that 18 out of 23 MSMEs were successfully registered and active on Google Maps, with profile views exceeding 2,000 within two months. This program effectively improved digital literacy, expanded market reach, and produced a digital database of village MSMEs as a foundation for sustainable digital economic development.

Keywords: Digitalization, MSMEs, Community Empowerment, Digital Literacy, Google Maps

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mendorong pembangunan masyarakat

melalui pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, salah satunya pengabdian kepada masyarakat. Melalui kegiatan ini, mahasiswa berperan sebagai agen perubahan yang berupaya menghadirkan solusi atas persoalan sosial-ekonomi yang dihadapi masyarakat. Program Mahasiswa Membangun Desa (MMD) Universitas Brawijaya merupakan salah satu bentuk konkret pelaksanaan dharma tersebut, dengan mengusung semangat pemberdayaan berbasis kolaborasi lintas disiplin ilmu.

Kegiatan MMD tahun 2025 dilaksanakan di Desa Wonorejo, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang—sebuah desa dengan potensi ekonomi yang cukup besar terutama pada sektor pertanian dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Walaupun memiliki sumber daya alam yang melimpah dan masyarakat yang produktif, kondisi lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi dengan pemanfaatan teknologi digital. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha, sebagian besar UMKM di Desa Wonorejo belum memanfaatkan platform digital seperti Google Maps sebagai media promosi dan informasi lokasi usaha. Kondisi ini menyebabkan rendahnya visibilitas usahadi ruang digitaldan terbatasnya jangkauan konsumen dari luar desa.Padahal, di era digital, kehadiran daring sangat menentukan eksistensi dan daya saing usaha lokal.

Kesenjangan tersebut sejalan dengan temuan Agung et al. (2022) yang menyebutkan bahwa rendahnya literasi digital menjadi salah satu penghambat utama bagi pelaku UMKM untuk masuk dalam ekosistem ekonomi digital yang berkelanjutan. Hal ini diperkuat oleh Alviani dan Munawaroh (2025) yang menjelaskan bahwa digitalisasi berperan penting dalam memperluas jaringan distribusi dan memperkuat daya saing UMKM di Indonesia. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa upaya peningkatan literasi digital merupakan langkah strategis yang dibutuhkan masyarakat Desa Wonorejo untuk menjembatani kesenjangan antara potensi dan praktik ekonomi yang ideal.

Kajian di Indonesia menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps dan Google Business Profile konsisten meningkatkan keterlacakan lokasi, kepercayaan pelanggan, serta jangkauan pasar UMKM. Pelatihan pembuatan titik lokasi dan pemasaran daring terbukti menaikkan kemampuan dasar digital pelaku usaha serta visibilitas di hasil pencarian (Rohim et al., 2022). Pendampingan pembuatan profil di Google Maps dan WhatsApp Business memperlihatkan kenaikan kesiapan pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan (Ikerismawati et al., 2023). Penguatan melalui pelatihan Google Business Profile dinilai strategis untuk meningkatkan kehadiran digital dan kemudahan temuan lokasi usaha (Huda & Istiyanto, 2024). Pengabdian lain menunjukkan pemanfaatan Google Maps secara terstruktur mendorong literasi navigasi digital dan kemandirian pengelolaan profilusaha (Nihayah, 2025).

Rangkaian temuan ini menjadi dasar empiris bagi intervensi yang menggabungkan pendaftaran titik lokasi, pengisian profil, kurasifoto, serta pengelolaan ulasan pelanggan untuk meningkatkan daya saing UMKM di ruang digital

Sebagai respons terhadap permasalahan tersebut, tim MMD Universitas Brawijaya melaksanakan program bertajuk “Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Wonorejo melalui Pendaftaran pada Google Maps.” Melalui kegiatan ini, mahasiswa melakukan edukasi dan bimbingan teknis mengenai cara mendaftarkan usaha di Google Maps, melengkapi profil bisnis, mengunggah foto produk, serta memanfaatkan fitur ulasan pelanggan untuk meningkatkan citra usaha.

Pelaksanaan program ini memiliki target konkret, yaitu meningkatnya literasi digital masyarakat dan terdaftarnya minimal 15 pelaku UMKM Desa Wonorejo di Google Maps. Selain itu, kegiatan ini juga diarahkan untuk menciptakan basis data digital UMKM yang dapat digunakan pemerintah desa sebagai dasar perencanaan ekonomi lokal berbasis data. Program ini sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs) nomor 8 tentang *Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi*, yang menekankan pentingnya penciptaan lapangan kerja produktif dan pertumbuhan ekonomi inklusif melalui pemanfaatan teknologi digital.

Tujuan akhir kegiatan ini adalah untuk memperkuat kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi, meningkatkan visibilitas usaha di ruang digital, serta membangun ekosistem ekonomi desa yang adaptif terhadap transformasi digital. Diharapkan, digitalisasi berbasis masyarakat ini mampu meningkatkan kesejahteraan warga Desa Wonorejo sekaligus menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasi di wilayah lain.

Konsep *expertise*, Kekuasaan, dan Partisipasi dipilih karena sangat relevan dengan pelaksanaan program MMD yang menekankan pemberdayaan masyarakat berbasis digital di Desa Wonorejo. Dalam hal ini, *expertise* tidak hanya dipahami sebagai kemampuan teknis mahasiswa dalam mendampingi digitalisasi UMKM, tetapi juga sebagai bentuk kolaborasi pengetahuan antara akademisi dan masyarakat lokal. Sinergi tersebut menjadi penting agar pengabdian tidak bersifat satu arah, melainkan membangun kapasitas warga melalui proses belajar bersama. Hal ini sejalan dengan pandangan Najamudin dan Al Fajar (2024) yang menegaskan bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat ditentukan oleh kemampuan pendamping mengintegrasikan pengetahuan ilmiah dengan sumber daya dan pengalaman lokal, sehingga menciptakan solusi yang kontekstual serta berkelanjutan. Dengan demikian, *expertise* dalam kegiatan pengabdian berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan pengetahuan akademik dan praktik sosial masyarakat secara adaptif terhadap perubahan

digital.

Selain itu, konsep kekuasaan dan partisipasi memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan dan keadilan sosial dalam pelaksanaan program. Kekuasaan di sini tidak sekadar dimaknai sebagai otoritas formal dari pihak kampus, tetapi juga sebagai mekanisme untuk mendorong redistribusi peran dan tanggung jawab antara pendamping dan masyarakat. Partisipasi masyarakat yang aktif menjadi kunci agar proses pemberdayaan berjalan efektif, karena masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, melainkan turut menentukan arah perubahan sosial. Sebagaimana dijelaskan oleh Akbar dan Rachman (2023), partisipasi masyarakat dalam program pembangunan desa akan bermakna apabila diiringi dengan distribusi kekuasaan yang adil dan kesempatan bagi warga untuk terlibat sejak tahap perencanaan hingga evaluasi. Oleh karena itu, penerapan konsep *expertise*, kekuasaan, dan partisipasi dalam program MMD menjadi pondasi penting untuk memastikan bahwa kegiatan digitalisasi UMKM tidak hanya berorientasi pada hasil teknis, tetapi juga memperkuat kapasitas sosial warga Desa Wonorejo secara mandiri dan berkelanjutan.

Konsep integrasi pengetahuan menekankan pentingnya penggabungan berbagai disiplin ilmu untuk memecahkan persoalan sosial yang bersifat kompleks. Dalam konteks kegiatan ini, integrasi pengetahuan diwujudkan melalui kolaborasi lintas bidang, yaitu antara mahasiswa Sosiologi, Keperawatan, dan Ilmu Kesehatan yang saling melengkapi perspektif sosial, teknis, serta kesehatan masyarakat dalam merancang solusi digital yang relevan dengan kondisi lapangan. Pendekatan ini berhubungan erat dengan intervensi sosial, yaitu tindakan terencana untuk memperbaiki sistem yang ada, yang diimplementasikan melalui pendampingan langsung pendaftaran usaha ke Google Maps serta peran aktif mahasiswa sebagai penggerak perubahan yang mendorong peningkatan literasi digital pelaku UMKM.

Relevansi ketiga konsep ini terbukti dalam menjawab paradoks potensi ekonomi Desa Wonorejo yang tidak diimbangi kapasitas digital. Intervensi teknis pendaftaran Google Maps tidak hanya bersifat instrumental, tetapi juga dirancang sebagai upaya dekonstruksi mindset melalui pendekatan partisipatoris, sesuai temuan Agung et al. (2022) tentang korelasi literasi digital dengan keberlangsungan UMKM. Aktivisme mahasiswa di sini berevolusi dari *agent of change* menjadi co-creator yang membangun kesadaran kritis pelaku usaha tentang pentingnya kehadiran digital. Sementara integrasi pengetahuan memungkinkan solusi holistik yang mempertimbangkan aspek sosio-kultural masyarakat, seperti pendekatan *door-to-door* sebagai adaptasi metodologis terhadap karakteristik komunitas pedesaan. Implikasi strategis triad konsep ini tercermin dalam capaian program: 18 UMKM terdigitalisasi, peningkatan views hingga 1.494 kali pada bulan pertama, dan terbentuknya database digital sebagai dasar

kebijakan desa. Namun, evaluasi kritis mengungkap tantangan keberlanjutan akibat kesenjangan generasi dan ketergantungan pada algoritma Google. Sementara itu, konsep *kekuasaan* berperan dalam mengubah struktur hubungan antara pendamping dan masyarakat. Kekuasaan di sini tidak dipahami sebagai dominasi, melainkan sebagai mekanisme redistribusi peran. Mahasiswa tidak bertindak sebagai instruktur tunggal, tetapi sebagai fasilitator yang membuka ruang dialog dan pengambilan keputusan bersama. Masyarakat dilibatkan sejak tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, sehingga proses pemberdayaan tidak bersifat sepihak. Sejalan dengan pandangan Akbar dan Rachman (2023), partisipasi masyarakat menjadi bermakna ketika diiringi dengan distribusi kekuasaan yang adil dan hal ini terlihat dari cara warga Wonorejo terlibat aktif dalam setiap tahap kegiatan.

Adapun *partisipasi* muncul sebagai pilar utama keberhasilan digitalisasi. Pelaku UMKM tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi turut berperan aktif dalam memperbarui data, memilih kategori usaha, dan menyebarkan informasi melalui media sosial mereka sendiri. Partisipasi aktif ini membentuk rasa kepemilikan terhadap hasil program, sehingga keberlanjutan kegiatan dapat terjaga tanpa ketergantungan penuh pada pihak kampus.

Konsep integrasi pengetahuan yang dikemukakan Jerry Gaston juga terlihat dalam praktik lintas disiplin selama pelaksanaan program. Mahasiswa dari berbagai jurusan—seperti Sosiologi, Keperawatan, dan Ilmu Kesehatan—bekerja bersama untuk menggabungkan perspektif sosial, teknis, dan kesehatan dalam merancang intervensi yang sesuai dengan karakter masyarakat pedesaan. Kolaborasi ini menjadikan kegiatan digitalisasi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga adaptif terhadap kebutuhan dan budaya setempat.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Wonorejo, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang, selama 1 Juli hingga 1 Agustus 2025. Program ini berfokus pada pendampingan digitalisasi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada hasil survei yang menunjukkan rendahnya literasi digital serta belum optimalnya pemanfaatan media daring oleh pelaku UMKM di desa tersebut. Peserta kegiatan meliputi para pelaku usaha kecil dari berbagai bidang, seperti kuliner, jasa, dan toko kelontong yang belum memiliki kehadiran digital. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan *door to door*, sehingga setiap pelaku usaha dapat berpartisipasi aktif sesuai dengan kemampuan teknologinya.



Gambar 1 Pelaksanaan Kegiatan *Door to Door*

Bahan dan alat yang digunakan meliputi perangkat gawai (*smartphone* dan laptop), koneksi internet, serta aplikasi Google Maps dan Google Business Profile sebagai media utama digitalisasi. Selain itu, disiapkan lembar observasi dan perangkat dokumentasi foto maupun video sebagai instrumen pengumpulan data. Seluruh alat digunakan untuk mendukung proses pembuatan akun Google, pendaftaran lokasi usaha, serta verifikasi dan pemantauan hasil secara daring. Penggunaan alat-alat tersebut disesuaikan dengan kondisi lapangan agar kegiatan dapat dilaksanakan secara efisien dan efektif. Pemilihan bahan dan alat ini didasarkan pada kebutuhan praktis program dan ketersediaan sarana masyarakat.

1. Tahap awal pelaksanaan kegiatan dimulai dengan survei dan koordinasi bersama pemerintah Desa Wonorejo untuk memperoleh data potensi ekonomi lokal serta tingkat kesiapan masyarakat terhadap program digitalisasi. Survei dilakukan dengan metode observasi langsung dan wawancara singkat kepada beberapa pelaku UMKM guna mengetahui kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk secara digital. Berdasarkan hasil identifikasi masalah tersebut, mahasiswa bersama perangkat desa menyusun rancangan kegiatan yang menekankan edukasi digital dan pendampingan teknis secara langsung. Tahap ini juga mencakup penyusunan jadwal kegiatan serta pembagian tugas dalam tim agar pelaksanaan program dapat terorganisasi dengan baik. Proses koordinasi dilakukan secara kolaboratif guna memastikan kegiatan berjalan sesuai kebutuhan masyarakat.
2. Tahap inti kegiatan adalah pendampingan digitalisasi UMKM yang dilakukan secara langsung (*door to door*) ke setiap lokasi usaha. Mahasiswa membantu pelaku UMKM membuat akun Google, mendaftarkan lokasi bisnis, mengisi profil usaha, menambahkan foto produk, dan memastikan titik lokasi tampil di hasil pencarian publik. Selain itu, peserta juga diberikan edukasi tentang manfaat kehadiran digital dalam meningkatkan visibilitas dan kepercayaan konsumen. Selama proses pendampingan, mahasiswa

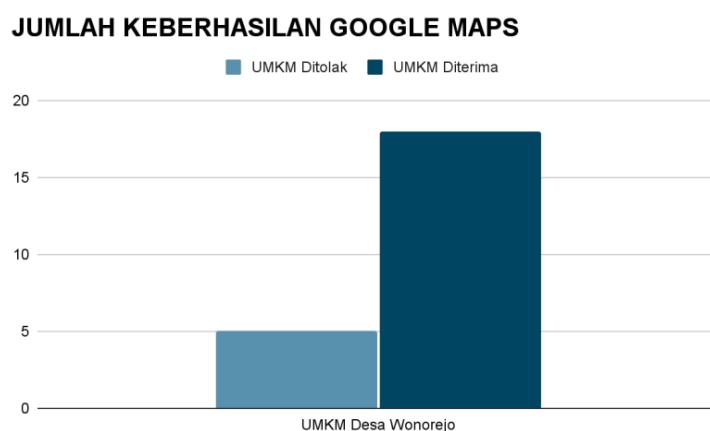
memberikan penjelasan dengan bahasa sederhana disertai simulasi langsung agar pelaku usaha dapat memahami langkah-langkahnya. Metode ini terbukti efektif karena mampu menjangkau pelaku usaha dengan tingkat literasi digital yang beragam serta menumbuhkan kesadaran pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha lokal.

3. Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan untuk memastikan seluruh kegiatan berjalan sesuai rencana serta mengukur hasil yang dicapai oleh peserta. Monitoring dilakukan melalui observasi lapangan dan dokumentasi hasil pendaftaran usaha di Google Maps, sedangkan evaluasi dilakukan melalui wawancara sederhana kepada pelaku UMKM. Analisis data dilakukan dengan meninjau jumlah usaha yang berhasil diverifikasi, tingkat pemahaman peserta, dan kendala yang dihadapi selama proses digitalisasi. Hasil monitoring menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola profil bisnis digitalnya secara mandiri. Selain itu, mahasiswa juga menyusun database UMKM Desa Wonorejo sebagai luaran konkret dari kegiatan untuk mendukung keberlanjutan program digitalisasi desa.

Metode pelaksanaan kegiatan ini menerapkan prinsip partisipatif, edukatif, kolaboratif, dan berkelanjutan dalam mendukung peningkatan literasi digital pelaku UMKM Desa Wonorejo. Melalui tahapan yang terstruktur, mulai dari survei hingga evaluasi, kegiatan ini berhasil melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap proses pelaksanaannya. Partisipasi langsung para pelaku usaha menunjukkan adanya peningkatan kesadaran terhadap pentingnya adaptasi teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Selain menghasilkan peningkatan keterampilan digital, kegiatan ini juga melahirkan database UMKM Desa Wonorejo sebagai luaran konkret bagi pengembangan ekonomi lokal. Secara keseluruhan, kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat kemandirian digital masyarakat desa serta menjadi model pemberdayaan berbasis teknologi yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat bertemakan *Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Wonorejo melalui Pendaftaran pada Google Maps* menunjukkan capaian yang substansial sekaligus menghadirkan beberapa tantangan baru dalam proses implementasinya. Berdasarkan hasil dokumentasi lapangan dan pengolahan data, sebagian besar pelaku usaha berhasil melewati seluruh tahapan pendaftaran hingga usahanya muncul secara resmi di Google Maps.



Gambar 2 Diagram Jumlah UMKM yang Berhasil Membuat Google Maps

Berdasarkan diagram di atas, dari total 23 pelaku UMKM yang teridentifikasi dan mengikuti proses pendampingan, sebanyak 18 pelaku usaha (78%) berhasil diverifikasi dan muncul di hasil pencarian publik Google Maps, sedangkan 5 pelaku usaha (22%) belum berhasil karena tidak disetujui oleh pihak Google. Artinya, mayoritas peserta telah mampu menjalani seluruh tahapan pendaftaran mulai dari pembuatan akun Google, pengisian data usaha, pengunggahan foto, hingga verifikasi titik lokasi, namun sebagian kecil tidak mendapatkan persetujuan akhir dari sistem otomatis Google Business Profile.

Penolakan tersebut tidak terjadi karena kelalaian pengguna, melainkan disebabkan oleh kebijakan algoritma verifikasi Google yang mengutamakan validitas lokasi fisik, legalitas usaha, serta bukti visual seperti papan nama atau foto eksterior bangunan. Beberapa pelaku usaha di Desa Wonorejo, terutama yang beroperasi dari rumah atau bersifat semi permanen, belum memiliki atribut pendukung yang diakui oleh sistem. Akibatnya, meskipun data usaha telah terisi dengan benar dan sesuai dengan petunjuk, sistem Google tetap mengeluarkan notifikasi “tidak disetujui” karena dianggap tidak memenuhi standar kelayakan lokasi bisnis.

Fenomena ini menunjukkan adanya ketimpangan struktural digital antara kebijakan global platform teknologi dan realitas sosial-ekonomi masyarakat desa. Google sebagai perusahaan teknologi internasional menggunakan standar verifikasi yang seragam di seluruh dunia, padahal konteks lokal seperti karakteristik usaha kecil di pedesaan Indonesia sering kali tidak sesuai dengan kriteria tersebut. Hal ini menimbulkan apa yang dapat disebut sebagai “ketidaksinkronan digital” yakni situasi di mana inovasi teknologi hadir dengan potensi besar, tetapi implementasinya masih terbentur oleh faktor struktural di luar kendali pengguna.

Meskipun demikian, capaian keberhasilan sebesar 78% tetap menjadi indikator keberhasilan signifikan dalam konteks pemberdayaan digital masyarakat desa. Tingkat

keberhasilan ini menggambarkan bahwa pendekatan *door to door* yang diterapkan oleh mahasiswa efektif dalam mengatasi hambatan literasi digital. Dengan interaksi langsung dan penjelasan menggunakan bahasa yang sederhana, para pelaku usaha dapat memahami fungsi dan langkah-langkah pendaftaran secara mandiri. Pendekatan personal ini juga mendorong partisipasi aktif warga dan membangun rasa percaya diri bahwa teknologi bukan sesuatu yang rumit atau eksklusif bagi kalangan terdidik.

Efek langsung dari verifikasi Google Maps juga terasa nyata bagi pelaku usaha yang sudah disetujui. Beberapa pelaku usaha melaporkan adanya peningkatan jumlah pembeli yang mengaku menemukan tempat mereka melalui hasil pencarian digital. Kondisi ini membuktikan bahwa kehadiran daring (*digital presence*) tidak hanya sekadar simbol modernitas, tetapi menjadi modal ekonomi baru yang membuka akses konsumen lintas wilayah. Dengan demikian, digitalisasi terbukti memberikan nilai tambah ekonomi sekaligus memperkuat eksistensi sosial UMKM di ruang digital.

Tabel 1 Daftar UMKM Desa Wonorejo yang Terdaftar di Google Maps

No	Nama UMKM	Google Maps
1	Kedai Azelan	https://share.google/RcZLICjSza7DDadi8
2	Warung Rujak Maktul	https://share.google/SrKCAPSnoVdBLHmgg
3	Warung Pak Toha	https://share.google/cPrF0mnZ1UGtbLKyA
4	Dapur Anak Babeh	https://share.google/qKz3bdnakQ2uiWLSB
5	Bakso kres!! ROJO WALI	https://share.google/VmFQYtViXuXiPpuM8
6	Warung Mewah (Mepet Sawah)	https://share.google/PnvDSryiQvmErE3Y2
7	Toko Sulastri	https://share.google/9qfBtP14uKkxPqGMx
8	Toko Bu Siti Aminah	https://share.google/dwXGIl1snqyf8rmHg
9	Soyku	https://share.google/uhWf00zRN1qhSRTLr
10	Nila Olshop	https://share.google/RnqIX1u1yCiV7rPBc
11	Toko Kafathan	https://share.google/QFnXNPSolbh4hOMMr
12	Toko Sembako Bu Naning	https://share.google/DcSU6Wsc1rreXT0gt
13	Toko Safikyah	https://share.google/ti36mmAbNbwboQcfn
14	Warung Bu Eni	https://share.google/NolqRxSySqyS3krhn
15	Toko Bu Vera	https://share.google/juST2PmLZTQH0BHi1
16	Toko Sembako Nadhira	https://share.google/nU5TWCZMzBAKiSBFt
17	Toko Pojokan	https://share.google/32U92ke6lCwFtgVXI
18	Warung Tempura Bu Sunami	https://share.google/9biQ7rc2ftPCDDEYD
19	Vita cell	https://share.google/L3N8M6GesXQWmzVAf

Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh usaha yang disetujui memiliki titik lokasi fisik yang jelas serta foto bangunan atau produk yang sesuai dengan kriteria sistem. Hal ini menegaskan bahwa keberadaan fisik dan bukti visual menjadi faktor dominan dalam menentukan keberhasilan verifikasi oleh Google.

Menariknya, sebagian besar UMKM yang berhasil terdaftar bergerak di sektor kuliner dan kebutuhan pokok harian. Sektor ini relatif mudah diterima oleh algoritma karena memiliki pola aktivitas yang jelas dan dapat dikenali secara visual (misalnya papan nama atau etalase). Sebaliknya, lima UMKM yang tidak disetujui sebagian besar adalah usaha rumahan tanpa papan nama dan beroperasi di area pemukiman, sehingga sistem kesulitan membedakan antara rumah pribadi dan lokasi bisnis.

Kondisi ini memperlihatkan paradoks digitalisasi pedesaan: meskipun masyarakat memiliki semangat tinggi untuk beradaptasi dengan teknologi, sistem digital global belum sepenuhnya inklusif terhadap bentuk usaha mikro yang khas di desa. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan perlu memperhatikan strategi adaptif, seperti menambahkan deskripsi lokasi yang lebih detail, menyiapkan dokumentasi visual yang sesuai, atau menggunakan kategori bisnis alternatif agar lebih mudah diterima oleh sistem.

Selain keberhasilan pendaftaran, indikator keberhasilan lainnya adalah meningkatnya tayangan profil digital (Google Maps views) yang menunjukkan seberapa sering usaha tersebut dilihat oleh pengguna. Dalam laporan pemantauan hingga dua bulan setelah program selesai, beberapa pelaku usaha seperti Kedai Azelan dan Warung Rujak Mak Tul telah mencatat lebih dari 2.000 tayangan. Angka ini menunjukkan peningkatan dua kali lipat dari hasil bulan pertama, ketika total tayangan masih berada di kisaran 1.000 kali.

Kenaikan ini memperlihatkan bahwa Google Maps tidak hanya menjadi media representasi visual usaha, tetapi juga berfungsi sebagai saluran promosi aktif yang terus menghasilkan eksposur baru. Ketika seseorang mencari “warung makan terdekat” atau “toko kelontong di Wonorejo,” profil usaha yang telah diverifikasi otomatis muncul dalam daftar hasil pencarian. Dengandemikian, pendaftaran di Google Maps memberikan keuntungan kompetitif bagi pelaku UMKM karena memperluas peluang interaksi dengan calon konsumen tanpa biaya tambahan.

Secara umum, kegiatan digitalisasi ini memberikan tiga dampak utama, yaitu peningkatan keterampilan teknologi, perluasan jangkauan promosi usaha, dan terbentuknya data digital UMKM desa. Pertama, dari sisi keterampilan, pelaku usaha kini memiliki kemampuan dasar dalam membuat akun Google, mengunggah data produk, serta mengelola profil bisnis mereka secara mandiri. Kedua, dari sisi ekonomi, visibilitas usaha meningkat

karena konsumen dapat menemukan lokasi melalui pencarian digital, terutama bagi wisatawan yang melintas di wilayah tersebut. Ketiga, dari sisi administratif, kegiatan ini menghasilkan database digital UMKM Desa Wonorejo yang menjadi sumber data penting bagi pemerintah desa untuk keperluan perencanaan ekonomi dan promosi wilayah.

Kendati demikian, terdapat beberapa kendala yang perlu menjadi perhatian untuk keberlanjutan program. Selain faktor verifikasi Google yang ketat, keterbatasan sinyal internet di beberapa wilayah menjadi hambatan teknis yang cukup signifikan. Proses pengunggahan foto sering tertunda atau gagal karena koneksi tidak stabil. Selain itu, sebagian pelaku usaha generasi tua masih merasa kesulitan menggunakan fitur-fitur pada aplikasi. Untuk mengatasi hal tersebut, direkomendasikan adanya pelatihan lanjutan dan pendampingan periodik yang dapat dilakukan oleh perangkat desa atau komunitas pelaku usaha yang telah berhasil.

Hasil kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa digitalisasi tidak berhenti pada tahap pendaftaran, tetapi membutuhkan pemeliharaan profil bisnis secara berkelanjutan. Pelaku usaha perlu memperbarui informasi seperti jam operasional, foto produk terbaru, dan ulasan pelanggan agar profil tetap aktif dan menarik bagi calon konsumen. Dengan demikian, dampak ekonomi digital yang telah tercipta dapat terus berkembang seiring dengan peningkatan kesadaran dan keterampilan masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM melalui pendaftaran Google Maps di Desa Wonorejo telah berjalan efektif, relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta memiliki dampak nyata terhadap penguatan ekonomi lokal. Meskipun masih terdapat kendala dari sisi verifikasi sistem dan akses jaringan, keberhasilan program ini menjadi fondasi penting bagi pengembangan inovasi digital di tingkat desa yang berorientasi pada kemandirian dan keberlanjutan ekonomi masyarakat.

SIMPULAN

Kegiatan *Digitalisasi UMKM Desa Wonorejo melalui Pendaftaran pada Google Maps* berhasil mencapai tujuan utama yaitu meningkatkan literasi digital dan memperluas jangkauan promosi pelaku usaha lokal melalui platform daring. Program ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat dapat menciptakan pemberdayaan digital yang efektif, di mana 18 dari 23 UMKM berhasil terverifikasi dan kini aktif di Google Maps dengan total tayangan yang meningkat dari sekitar 1.000 pada bulan pertama menjadi lebih dari 2.000 saat ini. Keberhasilan ini memperlihatkan penerapan konsep *expertise*, *kekuasaan*, dan *partisipasi* yang seimbang, keahlian akademik dikolaborasikan dengan pengetahuan lokal dan masyarakat berperan aktif dalam setiap tahap kegiatan. Meskipun demikian, keterbatasan

seperti koneksi internet yang tidak stabil dan penolakan verifikasi bagi usaha non-permanen masih menjadi tantangan yang perlu diperhatikan. Untuk kegiatan lanjutan, disarankan agar dilakukan pelatihan rutin, pembentukan komunitas UMKM digital, serta penguatan dukungan infrastruktur agar keberlanjutan program dapat terjaga. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan manfaat nyata bagi peningkatan kapasitas digital dan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Wonorejo, serta menjadi model pengabdian yang adaptif terhadap perubahan teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada warga serta perangkat Desa Wonorejo, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang, atas partisipasi aktif dan dukungan penuh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Apresiasi yang tulus juga diberikan kepada para pelaku UMKM Desa Wonorejo yang telah bersedia berkolaborasi dan berkontribusi dalam setiap tahap kegiatan digitalisasi.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan, Ns. Setyoadi, S.Kep., M.Kep., Sp.Kep.Kom., atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang sangat berarti dalam seluruh proses pelaksanaan kegiatan. Penghargaan yang sama juga ditujukan kepada rekan-rekan Tim Pengabdian MMD Universitas Brawijaya 2025 Kelompok 30 — M. Azhar Shiroth Mustaqim, Muhammad Ibnu Siddik, Ayesha Afsar, Naqha Edra Fawwaz, Faula Mulyani, Chaerunnazwa Salsabilla N., Annisa Phelia Early P.P., Aisa Anurrohma A., Dina Salsabila, Nashila Tsalsa S. P., Luluk Ashari, dan Jasmin Amirah — atas kerja sama, dedikasi, serta semangat kebersamaan yang luar biasa sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar dan bermakna bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. S., Yudiandri, T. E., Ernawati, H., & Adiinto, N. (2022). Literasi Digital Pelaku Umkm Dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 87–103. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.197>
- Akbar, M. U., & Rachman, M. T. (2023). Partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa melalui BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) di Desa Masbagik Utara Baru Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Publik*, 4(1). <https://journal.ummat.ac.id/index.php/JPAP/article/view/7016>
- Alviani, N. N. A., & Munawaroh, N. M. (2025). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *MASMAN Master Manajemen*, 3(1), 134– 140. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.717>
- Huda, E. Z., & Istiyanto, B. (2024). Pelatihan Penggunaan Google Business Untuk Optimalisasi Promosi UMKM Mie Ayam Mas Pit di Banmati, Sukoharjo. *Jurnal*

Pengabdian Masyarakat STIE Surakarta, 3(2), 217–222.

<https://doi.org/10.56456/dimaseta.v3i2.120>

Ikerismawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S. (2023). 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.

Najamudin, F., & Al Fajar, A. H. (2024). Pemberdayaan masyarakat berbasis sumber daya lokal melalui pendekatan ABCD untuk mencapai SDG 1: Tanpa Kemiskinan. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 7(2), 142–158.

<https://jurnal.unpad.ac.id/focus/article/view/58936>

Nihayah, D. M., Hermanto, A., Bowo, P. A., Nihayah, A. N., Talakua, J., Sundoro, F. M., & Kusuma, P. P. (2025). Literasi Navigasi Digital: Memanfaatkan Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Desa Banyubiru: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 5661-5666.

Rohim, R., Erlinda, I., Sholihah, E. L., Firmansyah, F. R., & Andriani, F. (2022). Digitalisasi UMKM Melalui Pelatihan Google Maps dan Pemasaran Online. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 5(2), 14. <https://doi.org/10.37849/mipi.v5i2.314>