



PENINGKATAN VISIBILITAS DAN AKSESIBILITAS UMKM MELALUI PEMANFAATAN GOOGLE MAPS DAN MEDIA BANNER PADA PROGRAM KKN DI KELURAHAN GUNUNG MAS

Mediana Agustin¹, Saskiya Dwi Septiani², Raihan Ufaldo³, Reza Asmara⁴, Alinda Fatimah⁵, Alika Wulandari⁶,
 Intan Wulandari⁷, Mila Safitri⁸, Anisa Tri Agnesia⁹, Keysha Devina¹⁰, Muhammad Ranga Pratama¹¹,
 Rilliya Rara Jelita¹², Laura Antika¹³, Resha Moniyana Putri¹⁴

^{1, 14}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Indonesia

²Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Lampung, Indonesia

³Program Studi Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Indonesia

^{4, 12}Program Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Indonesia

⁵Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Indonesia

^{6, 8}Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Lampung, Indonesia

⁷Program Studi Perikanan dan Kelautan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Indonesia

^{9, 13}Program Studi Teknik Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Indonesia

¹⁰Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Indonesia

¹¹Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Indonesia

2311021040@students.unila.ac.id¹, 2315061033@students.unila.ac.id², 2356041044@students.unila.ac.id³,
2314151109@students.unila.ac.id⁴, 2314121046@students.unila.ac.id⁵, 2312011564@students.unila.ac.id⁶,
2314111048@students.unila.ac.id⁷, 2352011086@students.unila.ac.id⁸, 2314071022@students.unila.ac.id⁹,
2314231026@students.unila.ac.id¹⁰, 2316011066@students.unila.ac.id¹¹, 2314151041@students.unila.ac.id¹²,
2314071017@students.unila.ac.id¹³, resha.moniyana@feb.unila.ac.id¹⁴

Dikumpulkan: 28 Februari 2026; Diterima: 28 Juli 2026; Terbit/Dicetak: 28 Juli 2026

<https://doi.org/10.23960/begawi.v4i2.125>

Abstract: *This community service activity was carried out through the Community Service Program (Kuliah Kerja Nyata/KKN) under the SI JELAS (Business Location Tracking Information System) program in Gunung Mas Subdistrict, Lingkungan II, Teluk Betung Selatan District. The activity was motivated by challenges faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly limited visibility and difficulties for customers in finding business locations, especially those located in densely populated residential areas and narrow alleys. To address these issues, the program was implemented using a participatory approach through field observations, assistance in registering business locations on Google Maps for 12 MSMEs, and the creation and installation of banners for 3 MSMEs without physical promotional media. The results indicate that the presence of MSME locations on Google Maps makes it easier for customers and delivery partners to reach the businesses, while banners help improve visual recognition within the local community. Overall, this activity provides tangible benefits in enhancing visibility, accessibility, and MSME actors' understanding of digital technology utilization.*

Keywords: MSMEs, Google Maps, banner, community service, MSME digitalization

Copyright © 2026, Mediana Agustin, Saskiya Dwi Septiani, Raihan Ufaldo, Reza Asmara, Alinda Fatimah, Alika Wulandari, Intan Wulandari, Mila Safitri, Anisa Tri Agnesia, Keysha Devina, Muhammad Ranga Pratama, Rilliya Rara Jelita, Laura Antika, Resha Moniyana Putri.

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan program *Sistem Informasi Jejak Lokasi Usaha (SI JELAS)* di Kelurahan Gunung Mas Lingkungan II, Kecamatan Teluk Betung Selatan. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang dihadapi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yaitu keterbatasan *visibilitas* dan kesulitan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, khususnya bagi UMKM yang berada di kawasan permukiman padat dan gang sempit. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan dilakukan secara *partisipatif* melalui observasi lapangan, pendampingan pembuatan titik lokasi usaha di Google Maps pada 12 UMKM, serta pembuatan dan pemasangan banner pada 3 UMKM yang belum memiliki media promosi fisik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa keberadaan lokasi usaha di Google Maps mempermudah konsumen dan mitra pengantaran dalam menemukan UMKM, sementara banner membantu meningkatkan pengenalan usaha secara visual di lingkungan sekitar. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan *visibilitas*, aksesibilitas, serta pemahaman pelaku UMKM terhadap pemanfaatan *teknologi digital*.

***Corresponding author:**

Mediana Agustin
 FEB Universitas Lampung
 Email: 2311021040@students.unila.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal maupun nasional. UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif

yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Keberadaan UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional yang adil dan berkelanjutan. UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional. Namun, pengembangannya masih menghadapi kendala, khususnya dalam aspek literasi digital dan pemanfaatan teknologi untuk mendukung kegiatan pemasaran usaha (Septiani et al., 2024).

Meskipun memiliki kontribusi yang signifikan, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangannya, khususnya pada aspek pemasaran dan aksesibilitas usaha. Banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti promosi dari mulut ke mulut dan penanda lokasi sederhana, sehingga jangkauan pemasaran menjadi terbatas dan sulit menjangkau konsumen baru (Mhd et al., 2024). Kondisi ini semakin dirasakan oleh UMKM yang berada di wilayah padat, gang sempit, dan kawasan sulit dijangkau, di mana keterbatasan informasi lokasi usaha menjadi salah satu hambatan utama dalam meningkatkan jumlah kunjungan konsumen. Keterbatasan pemahaman dan penggunaan teknologi digital menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan rendahnya visibilitas UMKM serta menyulitkan konsumen dalam mengakses informasi lokasi usaha (Mhd et al., 2024).

Transformasi digital menjadi solusi strategis dalam menyelesaikan permasalahan tersebut. Digitalisasi UMKM merupakan upaya memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing usaha (Safitri & Nugroho, 2025). Salah satu platform digital yang bisa digunakan oleh UMKM adalah Google Maps. Google Maps tidak hanya berperan sebagai alat bantu navigasi, tetapi juga sebagai media promosi digital yang memudahkan pelaku usaha dalam menampilkan informasi lengkap mengenai bisnis mereka, seperti alamat, jam operasional, foto produk, serta ulasan dari pelanggan (Rahmanida et al., 2025). Peningkatan literasi navigasi digital melalui Google Maps mendorong pelaku UMKM untuk lebih mampu mengelola informasi usaha secara daring, mulai dari pembaruan data lokasi hingga penyampaian informasi kepada konsumen (Nihayah et al., 2025).

Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa bantuan dalam pembuatan titik lokasi UMKM di Google Maps memberikan dampak positif, yaitu meningkatkan aksesibilitas dan kepercayaan konsumen. Pendaftaran lokasi usaha di Google Maps memudahkan pelanggan maupun mitra pengantaran dalam menemukan titik lokasi usaha, sehingga mempercepat distribusi produk dan pelayanan ke konsumen (Sibawaihi et al., 2025). Kehadiran ulasan dan penilaian pelanggan di Google Maps juga meningkatkan kredibilitas usaha serta memperkuat citra UMKM di mata masyarakat. Pemanfaatan Google Maps sebagai media pemasaran digital memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam menampilkan lokasi usaha secara jelas, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan membantu konsumen menemukan usaha dengan lebih cepat dan akurat (Aushafina & Wikartika, 2023). Selain itu, digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps tidak hanya meningkatkan aksesibilitas UMKM, tetapi juga berkontribusi dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap usaha yang memiliki jejak digital yang jelas dan informatif (Rahmanida et al., 2025).

Selain penggunaan media digital, media promosi fisik seperti banner masih memainkan peran penting dalam mendukung pemasaran UMKM lokal. Banner berfungsi sebagai penanda visual yang membantu konsumen mengenali dan menemukan lokasi usaha secara langsung. Penggunaan banner yang dirancang informatif dan menarik dapat meningkatkan daya tarik visual usaha, memperkuat identitas merek, serta membangun kesadaran konsumen terhadap keberadaan UMKM di lingkungan sekitar (Fitriana et al., 2025). Pemasangan banner dan digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps merupakan strategi pemasaran terpadu yang menghubungkan promosi offline dan *online* secara efektif. Pemanfaatan Google Maps dalam pemasaran digital UMKM membantu meningkatkan visibilitas usaha serta mempermudah konsumen dalam memperoleh informasi lokasi dan layanan yang ditawarkan (Sari et al., 2024).

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat yang memiliki peran strategis dalam mendukung pemberdayaan UMKM di tingkat lokal. Melalui kegiatan KKN, mahasiswa dapat berperan langsung dalam mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM dan memberikan solusi aplikatif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Mhd et al., 2024). Pembuatan Google Maps dan banner dalam kegiatan KKN tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi pelaku UMKM, tetapi juga meningkatkan literasi digital dan kesadaran tentang pentingnya penggunaan teknologi dalam pengembangan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM melalui penggunaan Google Maps dan pembuatan banner sebagai media promosi. Program ini diharapkan mampu membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memperluas jangkauan

pemasaran, mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi usaha, serta meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Selain itu, diharapkan program SI JELAS menjadi contoh pengabdian masyarakat yang aplikatif dan berkelanjutan dalam mendukung transformasi UMKM digital di tingkat lokal.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Gunung Mas Lingkungan II, Kecamatan Teluk Betung Selatan. Wilayah tersebut didominasi oleh kawasan permukiman padat dengan akses jalan lingkungan yang relatif sempit, sehingga sebagian pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengalami keterbatasan dalam hal aksesibilitas lokasi usaha. Kondisi ini berdampak pada sulitnya konsumen dalam menemukan lokasi UMKM secara langsung. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dirancang dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif, yang melibatkan mahasiswa KKN dan pelaku UMKM secara aktif pada setiap tahapan kegiatan (Mhd et al., 2024).

Tahap persiapan diawali dengan kegiatan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi serta kebutuhan UMKM di wilayah Gunung Mas Lingkungan II. Observasi dilakukan melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha dan wawancara singkat dengan pelaku UMKM. Berdasarkan hasil observasi, teridentifikasi sebanyak 12 UMKM yang menjadi sasaran kegiatan pengabdian. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM tersebut belum memiliki titik lokasi usaha yang terdaftar pada Google Maps. Sementara itu, pada aspek promosi fisik, beberapa UMKM telah memiliki banner usaha, namun masih terdapat UMKM yang belum memiliki media promosi tersebut.

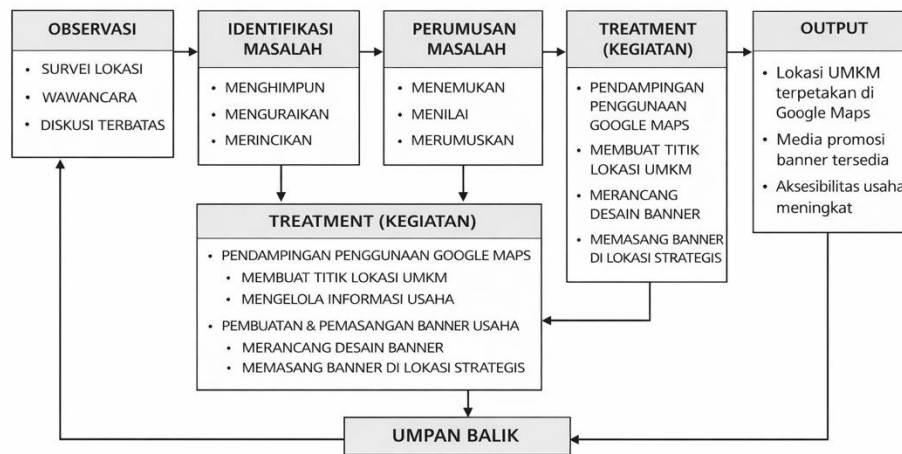
Berdasarkan temuan tersebut, tim KKN menyusun perencanaan kegiatan yang difokuskan pada pendampingan pembuatan titik lokasi usaha di Google Maps bagi 12 UMKM, serta pembuatan banner usaha untuk 3 UMKM yang belum memiliki media promosi fisik. Tahap persiapan juga mencakup penyusunan jadwal kegiatan, koordinasi dengan pelaku UMKM terkait waktu pelaksanaan, serta perancangan desain banner yang disesuaikan dengan identitas dan karakteristik masing-masing usaha.

Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui dua kegiatan utama, yaitu pendampingan pembuatan titik lokasi UMKM di Google Maps dan pembuatan serta pemasangan banner sebagai media promosi fisik. Pendampingan pembuatan Google Maps dilakukan terhadap 12 UMKM dengan metode tutorial dan praktik langsung. Mahasiswa KKN mendampingi pelaku UMKM dalam proses pendaftaran dan pengelolaan lokasi usaha pada platform Google Maps, yang meliputi pengisian data usaha, penentuan titik lokasi yang akurat sesuai kondisi gang dan lingkungan sekitar, serta pengunggahan foto dan informasi pendukung usaha. Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM sehingga lokasi usaha dapat dengan mudah ditemukan oleh konsumen maupun mitra pengantaran daring (Safitri & Nugroho, 2025).

Selain pendampingan digital, kegiatan pengabdian juga mencakup pembuatan dan pemasangan banner sebagai media promosi fisik untuk 3 UMKM yang belum memiliki banner usaha. Banner dirancang dengan memperhatikan identitas usaha dan memuat informasi utama, seperti nama UMKM, jenis usaha, dan alamat. Desain banner dibuat secara sederhana namun informatif agar mudah dibaca oleh masyarakat. Banner kemudian dipasang pada lokasi yang strategis di wilayah Gunung Mas Lingkungan II, terutama pada akses masuk gang dan di depan lokasi usaha. Pemasangan banner ini berfungsi sebagai penanda lokasi usaha sekaligus sarana promosi untuk meningkatkan daya tarik visual dan pengenalan UMKM di lingkungan sekitar (Fitriana et al., 2025).

Tahap evaluasi dilakukan secara kualitatif untuk mengetahui dampak pelaksanaan kegiatan pengabdian terhadap UMKM sasaran. Evaluasi dilaksanakan melalui wawancara singkat dan diskusi dengan pelaku UMKM setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan. Aspek yang dievaluasi meliputi kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi usaha setelah terdaftar di Google Maps, serta tanggapan pelaku UMKM terhadap keberadaan banner sebagai media promosi fisik.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 12 UMKM yang telah didaftarkan pada Google Maps mengalami peningkatan kemudahan akses lokasi oleh konsumen maupun mitra pengantaran daring. Sementara itu, 3 UMKM yang memperoleh banner usaha merasakan adanya peningkatan pengenalan usaha oleh masyarakat sekitar. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps yang didukung dengan penggunaan media promosi fisik berupa banner memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas dan aksesibilitas UMKM di wilayah Gunung Mas Lingkungan II.



Bagan 1. Kerangka Pemecahan Masalah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Pendampingan Pembuatan Google Maps pada UMKM

Kegiatan pendampingan pembuatan titik lokasi usaha pada platform Google Maps dilaksanakan pada tanggal 18 Januari 2026 terhadap 12 UMKM yang berada di wilayah Gunung Mas Lingkungan II, Kecamatan Teluk Betung Selatan. UMKM sasaran terdiri dari berbagai jenis usaha, seperti warung kelontong, usaha makanan dan minuman, serta usaha rumahan skala mikro yang beroperasi di lingkungan permukiman dengan akses gang yang relatif sempit. Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, sebagian besar UMKM tersebut belum memiliki titik lokasi usaha yang terdaftar di Google Maps, sehingga keberadaan usaha umumnya hanya dikenal oleh masyarakat sekitar.

Proses pendampingan dilakukan secara bertahap dan langsung di lokasi masing-masing UMKM. Mahasiswa KKN mendampingi pelaku UMKM mulai dari pembuatan akun, pengisian identitas usaha, penentuan titik koordinat lokasi yang akurat, hingga pengunggahan foto usaha. Dalam pelaksanaannya, beberapa pelaku UMKM mengalami kendala pada tahap awal, terutama terkait penggunaan gawai dan pemahaman fitur Google Maps. Oleh karena itu, pendampingan dilakukan secara intensif melalui pendekatan praktik langsung agar pelaku UMKM dapat mengikuti setiap tahapan dan memahami proses secara mandiri.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh 12 UMKM berhasil terdaftar dan memiliki titik lokasi usaha yang aktif di Google Maps. Pelaku UMKM menyampaikan bahwa setelah pendaftaran, lokasi usaha mereka menjadi lebih mudah ditemukan oleh konsumen, khususnya pelanggan baru yang sebelumnya mengalami kesulitan dalam mencari alamat usaha. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh Rahmanida et al. (2025) yang menyatakan bahwa digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps dapat meningkatkan visibilitas serta kepercayaan konsumen terhadap UMKM.

Perubahan Aksesibilitas dan Kemudahan Konsumen

Salah satu dampak paling signifikan dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya aksesibilitas UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM, konsumen tidak lagi mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi usaha, terutama bagi UMKM yang berada di dalam gang sempit dan tidak berada di tepi jalan utama. Sebelum adanya titik lokasi di Google Maps, konsumen sering kali harus bertanya kepada warga sekitar atau mengandalkan petunjuk yang kurang jelas.

Setelah lokasi usaha terdaftar di Google Maps, konsumen dapat memanfaatkan fitur navigasi secara langsung untuk menuju lokasi UMKM. Kemudahan ini juga dirasakan oleh mitra pengantaran daring yang dapat menemukan alamat usaha dengan lebih cepat tanpa harus menghubungi pemilik UMKM secara berulang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi lokasi usaha memberikan dampak langsung terhadap efisiensi waktu dan kemudahan akses, sebagaimana disampaikan oleh Sibawaihi et al. (2025) bahwa Google Maps berperan penting dalam mendukung pemasaran lokal dan distribusi produk UMKM.

Selain itu, keberadaan UMKM di Google Maps turut meningkatkan rasa percaya diri pelaku UMKM terhadap usahanya. Beberapa pelaku UMKM menyatakan bahwa usaha mereka terlihat lebih profesional dan meyakinkan setelah terdaftar pada platform digital. Hal ini memperkuat temuan Safitri dan Nugroho (2025) yang menyebutkan

bahwa kehadiran UMKM di Google Maps berkontribusi terhadap peningkatan citra usaha dan daya saing di tingkat lokal.

Dampak Pendampingan terhadap Literasi Digital Pelaku UMKM

Selain berdampak pada aspek aksesibilitas, kegiatan pendampingan ini juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan literasi digital pelaku UMKM. Melalui proses pendampingan, pelaku UMKM mulai memahami cara memperbarui informasi usaha, mengunggah foto produk, serta menanggapi ulasan dari konsumen. Pengetahuan tersebut menjadi bekal penting bagi pelaku UMKM untuk mengelola kehadiran digital usahanya secara mandiri setelah kegiatan KKN berakhir. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak hanya menghasilkan output berupa pembuatan titik lokasi digital, tetapi juga meningkatkan kapasitas dan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi. Temuan ini sejalan dengan Mhd et al. (2024) yang menyatakan bahwa pendampingan berbasis praktik langsung efektif dalam meningkatkan kesiapan UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi digital, khususnya di wilayah permukiman.

Hasil Pembuatan dan Pemasangan Banner UMKM

Selain digitalisasi lokasi usaha, kegiatan pengabdian juga mencakup pembuatan dan pemasangan banner usaha pada 3 UMKM yang belum memiliki media promosi fisik. Banner sebagai media promosi visual memiliki peran penting dalam memperkenalkan identitas UMKM, di mana desain yang informatif dan menarik dapat meningkatkan perhatian konsumen serta memperkuat citra usaha di lingkungan sekitar (Salman & Sholihah, 2024).

Banner dirancang dengan menyesuaikan identitas masing-masing usaha, memuat informasi utama seperti nama usaha, jenis produk, serta keterangan lokasi secara singkat dan jelas. Banner dipasang pada titik yang mudah terlihat, seperti di depan lokasi usaha dan pada akses masuk gang. Media promosi berupa banner masih efektif digunakan oleh UMKM karena mampu memperkuat identitas usaha secara visual, terutama apabila dikombinasikan dengan pemanfaatan teknologi digital dalam promosi lokasi usaha (Hidayat et al., 2026).

Hasil pemasangan banner menunjukkan bahwa media promosi fisik masih memiliki peran penting dalam mendukung pemasaran UMKM di tingkat lokal. Pelaku UMKM menyampaikan bahwa banner membantu konsumen mengenali lokasi usaha secara visual, khususnya bagi masyarakat sekitar yang sebelumnya belum mengetahui keberadaan usaha tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan Fitriana et al. (2025) yang menyatakan bahwa banner mampu meningkatkan daya tarik visual usaha serta memperkuat kesadaran merek di lingkungan sekitar. Jumlah banner yang dipasang terbatas pada 3 UMKM karena UMKM lainnya telah memiliki banner usaha sebelumnya. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian disesuaikan dengan kebutuhan nyata di lapangan dan tidak bersifat seragam.

Integrasi Digitalisasi dan Promosi Fisik dalam Konteks KKN

Integrasi antara digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps dan penggunaan banner sebagai media promosi fisik memberikan dampak yang saling melengkapi. Google Maps berperan dalam menjangkau konsumen secara digital serta mempermudah pencarian lokasi usaha, sementara banner berfungsi sebagai penguat identitas usaha di lingkungan fisik. Kombinasi kedua strategi ini sangat relevan diterapkan di wilayah Gunung Mas Lingkungan II yang memiliki karakteristik jalan sempit dan keterbatasan penanda arah.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program KKN berbasis pendampingan digital dan promosi fisik mampu memberikan manfaat nyata bagi pelaku UMKM. Selain meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha, program ini juga mendorong pelaku UMKM untuk lebih terbuka terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha. Temuan ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan UMKM sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, yang menekankan pentingnya peningkatan akses informasi dan pemanfaatan teknologi dalam mendukung pengembangan UMKM (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2008).



Gambar 1. Dokumentasi Sosialisasi dan Pendampingan UMKM



Gambar 2. Kegiatan Digitalisasi Lokasi UMKM melalui Google Maps



Gambar 3. Kegiatan Pemberian Banner UMKM



Gambar 4. Tampilan Titik Lokasi UMKM yang Berhasil Terdaftar di Google Maps

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) melalui program Sistem Informasi Jejak Lokasi Usaha (SI JELAS) di Kelurahan Gunung Mas Lingkungan II, Kecamatan Teluk Betung Selatan, memberikan manfaat nyata bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui pendampingan pembuatan titik lokasi usaha di Google Maps, sebanyak 12 UMKM yang sebelumnya belum terdaftar kini telah memiliki lokasi usaha yang dapat diakses secara digital oleh masyarakat. Keberadaan titik lokasi usaha di Google Maps mempermudah konsumen dalam menemukan UMKM, terutama bagi usaha yang berada di gang sempit dan sulit dikenali dari jalan utama. Pelaku UMKM merasakan bahwa konsumen tidak lagi kebingungan mencari lokasi, sehingga proses transaksi menjadi lebih efisien. Selain itu, digitalisasi ini juga menumbuhkan rasa percaya diri pelaku UMKM karena usaha mereka terlihat lebih rapi, profesional, dan terpercaya.

Tidak hanya berdampak pada aksesibilitas, kegiatan pendampingan ini juga membantu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi digital. Pelaku UMKM mulai memahami cara memperbarui informasi usaha, mengunggah foto, serta memanfaatkan Google Maps sebagai sarana pendukung promosi. Hal ini menjadi bekal penting agar UMKM dapat terus mengelola kehadiran digital usahanya secara mandiri setelah kegiatan KKN selesai. Di sisi lain, pembuatan dan pemasangan banner pada 3 UMKM turut melengkapi upaya promosi yang dilakukan. Banner berfungsi sebagai penanda visual yang membantu masyarakat sekitar mengenali lokasi dan identitas usaha secara langsung. Kombinasi antara promosi digital melalui Google Maps dan promosi fisik melalui banner terbukti saling melengkapi, khususnya di lingkungan permukiman yang memiliki keterbatasan penunjuk arah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam program kerja “SI JELAS (Sistem Informasi Jejak Lokasi Usaha)”. Terima kasih khusus kami sampaikan kepada:

1. Bapak Suardi, S.E., selaku Lurah Gunung Mas, Kecamatan Teluk Betung Selatan, atas dukungan, arahan, dan izin yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan KKN.
2. Seluruh Ketua RT di Kelurahan Gunung Mas atas bantuan dan kerja sama dalam memfasilitasi kegiatan di lapangan.
3. Seluruh warga Kelurahan Gunung Mas atas sambutan yang baik, sikap kooperatif, serta partisipasi aktif selama kegiatan KKN berlangsung.
4. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam menyukseskan program *Sistem Informasi Jejak Lokasi Usaha (SI JELAS)* sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat bagi UMKM setempat.

Tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, pelaksanaan program kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini tidak dapat berjalan dengan baik. Semoga program kerja pendampingan digitalisasi UMKM melalui pembuatan titik lokasi usaha di Google Maps dan pemasangan banner ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan serta menjadi langkah awal dalam mendukung pengembangan UMKM di Kelurahan Gunung Mas Lingkungan II.

REFERENSI

- 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/https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>
- Fitriana, M. C., Supron, S., Hidayat, I., Nofiana, T., Sukandar, R. S., Sinaga, L., & Damayanti, I. (2025). Optimalisasi Pemasaran UMKM Melalui Pembuatan Media Promosi Banner di Desa Jawilan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(6), 3036–3042. <https://doi.org/https://doi.org/10.59837/jpmmba.v3i6.2909>
- Hidayat, S., Hajar, A., Nur, S., Rianti, M., & Agustang, A. (2026). Pemberdayaan UMKM Melalui Program Digitalisasi Lokasi dan Pembuatan Banner Menggunakan Media Canva di Desa Sam Sam. *JDISTIRA: Jurnal Pengabdian Inovasi Dan Teknologi Kepada Masyarakat*, 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.58794/jdt.v6i1.1823>
- Mhd, R., Elvi, N., Wawan, N., & Dafiari, S. (2024). PENYULUHAN PEMANFAATAN GOOGLE MAPS UNTUK MENINGKATKAN VISIBILITAS USAHA BAGI PELAKU UMKM DI DESA HIANG, KECAMATAN SETINJAU LAUT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 128–132. <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/RGK/article/view/5892>
- 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. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 5661–5666. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2412>
- Rahmanida, S. E., Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., & Rahmawati, R. (2025). Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 147–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177>
- Safitri, S. N., & Nugroho, R. H. (2025). Strategi Digitalisasi UMKM melalui Google Maps dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis. *Jurnal Studi Administrasi Bisnis*, 1(4), 1106–1116. <https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis/article/view/258>
- Salman, S., & Sholihah, D. D. (2024). Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2179–2184. <https://doi.org/https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536>
- Sari, P. B., Sari, M. M., Rioni, Y. S., & Nuraisyah, J. (2024). Application of Digital Marketing In MSMEs Through Google Maps to Increase Revenue In Pematang Serai Village, Langkat Regency (Penerapan Pemasaran Digital pada UMKM Melalui Google Maps untuk Meningkatkan Pendapatan di Desa Pematang Serai Kabupaten Langkat). *Indonesia Berdaya*, 6(1), 97–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.47679/ib.2025994>
- Septiani, A. D., Wahyuni, R. E., Nurhafitsyah, M., Kurniawati, P., & Sapriani, E. (2024). Peran dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Era Digital di Indonesia. *Indonesian Journal of Economics Management and Accounting*, 1(10), 1107–1118. <https://jurnal.intekom.id/index.php/ijema/article/view/831>
- Sibawaihi, M., Suradi, A. R., Ramli, F., & MS, A. T. (2025). Digitalisasi UMKM: Pendampingan Pembuatan “Google Maps” dan Pemasangan Banner dalam Meningkatkan Pemasaran Lokal di Desa Gantiwarno. *JDISTIRA: Jurnal Pengabdian Inovasi Dan Teknologi Kepada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.58794/jdt.v5i1.1343>
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (2008). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>