

Pendataan Dan Pendaftaran Umkm Kampung Kemuning Muda Ke Google Maps

Iis Nasfianti¹, Rizky Ilham Hidayat¹, Fitri Damayanti¹, Afifah Alfirah¹, Tiara Yunisa¹, Annisa Mutiara¹, Arni Syarkiah¹, Jesica Alyssa Wardani¹, Mei Yin¹, Rayfha Zafirah¹, Nur Shahara Ramadani¹, Salwina Sakina Fatria¹

¹Department of Mathematics, Faculty of Mathematics and Natural Sciences, Universitas Riau, Indonesia

INFO ARTIKEL

Diserahkan 06/04/2026
 Direvisi 13/04/2026
 Diterima 20/04/2026
 Diterbitkan 29/04/2026

Kata Kunci:

UMKM,
 Digitalisasi Usaha,
 Google Maps,
 Google Business Profile,
 Pengabdian Masyarakat.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menopang perekonomian masyarakat, namun masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Salah satu bentuk digitalisasi yang mudah diakses adalah pendaftaran usaha pada Google Maps melalui Google Business Profile. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melakukan pendataan serta pendampingan pendaftaran UMKM di Kampung Kemuning Muda, Kecamatan Bunga Raya, Kabupaten Siak. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui pendampingan terbuka kepada 20 pelaku UMKM, yang dilakukan melalui tahapan identifikasi, pendataan, wawancara awal (pre-test), pendampingan pendaftaran usaha, serta evaluasi melalui wawancara akhir (post-test). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh UMKM sasaran berhasil terdaftar dan memiliki titik lokasi usaha yang aktif di Google Maps. Selain itu, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi usaha dan pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan visibilitas usaha serta mendukung penguatan literasi digital pelaku UMKM di tingkat lokal.

Corresponding author email:
ilhamrizky0605@gmail.com



Copyright© Author (2026). Published by Alesha Media Digital. This is an open access article under the [CC BY SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. All writings published in this journal are personal views of the author and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki peran strategis dalam membuka peluang kerja dan menyediakan layanan ekonomi bagi masyarakat secara luas. UMKM turut mendukung pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat, menumbuhkan ide-ide kreatif yang berpotensi untuk dikembangkan, mendorong laju pertumbuhan ekonomi, serta berkontribusi dalam menjaga dan mewujudkan stabilitas nasional. [5]. Namun demikian, besarnya peran UMKM tersebut belum sepenuhnya diiringi dengan kemampuan pengelolaan usaha yang optimal, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pengembangan dan promosi usaha.

Transformasi digital menjadi langkah penting bagi UMKM dalam mendukung pemerataan ekonomi berbasis teknologi melalui peningkatan akses pasar dan sumber daya [7]. Salah satu bentuk digitalisasi yang mudah diakses oleh pelaku UMKM adalah pendaftaran usaha pada Google Maps melalui Google Business Profile, yang memungkinkan usaha lebih mudah ditemukan oleh konsumen serta meningkatkan visibilitas secara daring [3]. Digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps juga dapat memperkuat identitas usaha serta meningkatkan aksesibilitas konsumen dalam menemukan lokasi UMKM [6].

Meskipun pemanfaatan Google Maps memiliki potensi besar dalam mendukung pengembangan UMKM,

penerapannya di tingkat lokal masih belum optimal. Kampung Kemuning Muda merupakan salah satu kampung di Kecamatan Bunga Raya, Kabupaten Siak, yang memiliki beragam UMKM sebagai penopang ekonomi masyarakat setempat. Berdasarkan hasil pengamatan awal dan pendataan lapangan, sebagian besar pelaku UMKM di kampung ini masih menjalankan usaha secara konvensional dan belum memiliki identitas digital yang terdaftar secara resmi pada Google Maps. Keterbatasan pemahaman pelaku UMKM mengenai pemanfaatan platform digital sebagai media promosi dan informasi usaha menyebabkan visibilitas usaha masih rendah. Kondisi ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM belum memanfaatkan Google Business Profile dan Google Maps secara optimal sebagai sarana promosi usaha secara digital [1].

Meskipun beberapa penelitian telah membahas pemanfaatan Google Maps dalam pemasaran UMKM, sebagian besar masih berfokus pada pelatihan digital marketing secara umum. Kegiatan ini lebih menekankan pendekatan berbeda dalam bentuk pendataan dan pendampingan langsung hingga proses verifikasi profil usaha pada Google Business Profile di tingkat kampung.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan fokus pada pendataan serta pendampingan pendaftaran UMKM di Kampung Kemuning Muda ke Google Maps. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pemanfaatan platform digital sebagai sarana promosi dan penyediaan informasi usaha. Melalui pendampingan ini, diharapkan pelaku UMKM mampu memiliki identitas digital yang mudah diakses oleh masyarakat. Pemanfaatan Google Maps juga terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha serta membantu konsumen menemukan lokasi UMKM secara lebih mudah melalui pencarian berbasis lokasi [10].

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 28 Januari hingga 03 Februari 2026 di Kampung Kemuning Muda, Kecamatan Bunga Raya, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Sasaran kegiatan adalah 20 pelaku UMKM yang aktif beroperasi di wilayah tersebut. Penentuan sasaran UMKM dilakukan menggunakan teknik purposive sampling yang didasarkan pada rekomendasi perangkat kampung serta hasil observasi awal lapangan. Kriteria pemilihan sasaran ini meliputi: (1) UMKM aktif beroperasi di wilayah sasaran, (2) belum memiliki titik lokasi yang terdaftar secara resmi di Google Maps, dan (3) pemilik usaha memiliki perangkat smartphone (memiliki nomor WhatsApp aktif) untuk memungkinkan keberlanjutan pengelolaan akun Google Business Profile secara mandiri di kemudian hari.

Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui pendampingan terbuka kepada pelaku UMKM, yang dipilih untuk memastikan keterlibatan aktif pelaku usaha dalam setiap tahapan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) identifikasi permasalahan, (2) pendataan UMKM, (3) wawancara awal (pre-test), (4) pendampingan pendaftaran UMKM ke Google Maps melalui Google Business Profile, serta (5) evaluasi melalui wawancara akhir (post-test).

Tahap identifikasi dilakukan melalui koordinasi dengan perangkat kampung untuk memperoleh data awal mengenai keberadaan dan sebaran UMKM. Tahap pendataan dilakukan dengan kunjungan langsung ke lokasi usaha untuk mengumpulkan data identitas usaha, meliputi nama pemilik, nama usaha, jenis usaha, alamat, nomor kontak, dan jam operasional.

Wawancara awal (pre-test) dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman pelaku UMKM terkait digitalisasi usaha dan pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi. Selanjutnya, dilakukan pendampingan pembuatan dan pengelolaan profil usaha yang meliputi penginputan data usaha, penentuan titik koordinat lokasi, pengunggahan dokumentasi usaha, serta proses verifikasi profil.

Tahap evaluasi dilakukan melalui wawancara akhir (post-test) untuk mengetahui perubahan tingkat pemahaman pelaku UMKM setelah kegiatan pendampingan.

Instrumen penelitian berupa kuesioner pre-test dan post-test yang disusun menggunakan Google Form. Kuesioner terdiri dari 7 butir pernyataan tertutup yang digunakan untuk mengukur perubahan pemahaman dan sikap pelaku UMKM terhadap digitalisasi usaha sebelum dan sesudah kegiatan pendampingan.

Setiap pernyataan menggunakan skala Likert 4 poin, yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju,
2. Tidak Setuju,
3. Setuju, dan
4. Sangat Setuju.

Dengan demikian, skor minimum yang dapat diperoleh responden adalah 7, dan skor maksimum adalah 28.

Instrumen pre-test dan post-test disusun dengan indikator yang sama, meliputi:

1. persepsi terhadap pentingnya digitalisasi usaha,
2. kemudahan penggunaan media digital,
3. pemahaman pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi,
4. persepsi keamanan dalam penggunaan teknologi digital, serta
5. pemahaman konsep branding digital.

Pada instrumen pre-test, terdapat beberapa pernyataan yang bersifat negatif, yaitu pada butir 1, 2, dan 4, sehingga dilakukan penyesuaian skor (reverse scoring) agar arah penilaian tetap konsisten. Sementara itu, seluruh pernyataan pada post-test bersifat positif sehingga tidak memerlukan penyesuaian skor.

Analisis deskriptif dilakukan dengan menghitung selisih skor pemahaman sebelum dan sesudah kegiatan, kemudian disajikan dalam bentuk persentase peningkatan sebagai indikator keberhasilan program pendampingan digitalisasi UMKM.

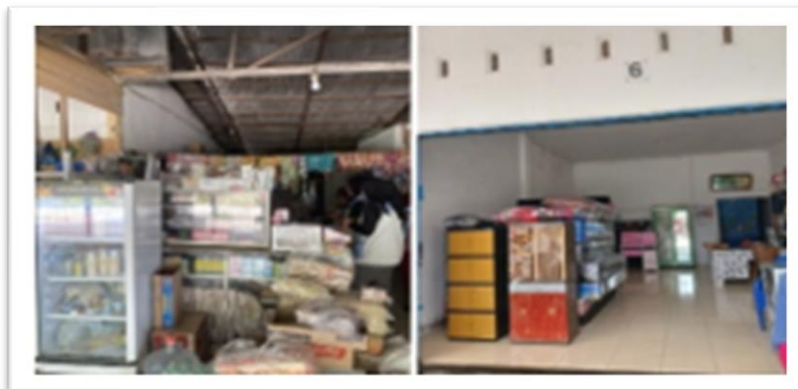
3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pendataan dan pendaftaran UMKM di Kampung Kemuning Muda diawali dengan koordinasi bersama perangkat kampung untuk mengidentifikasi jumlah dan sebaran pelaku usaha aktif. Berdasarkan hasil identifikasi awal, sebagian besar UMKM telah beroperasi secara konvensional dan belum memiliki identitas digital yang terdaftar secara resmi pada Google Maps.

Tim pengabdian kemudian melakukan pendataan langsung ke lokasi usaha untuk mengumpulkan informasi berupa nama usaha, jenis usaha, alamat, nomor WhatsApp, serta jam operasional. Dari hasil pendataan diperoleh sebanyak 20 UMKM dengan jenis usaha yang beragam, meliputi warung harian, toko mainan, toko sembako, usaha makanan dan minuman, hingga usaha mebel. Dokumentasi beberapa UMKM yang menjadi sasaran kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1a. Beberapa UMKM di Kampung Kemuning Muda



Gambar 1b. Beberapa UMKM di Kampung Kemuning Muda

Sebelum dilakukan pendampingan pendaftaran ke Google Maps, tim pengabdian melaksanakan wawancara awal (pre-test) untuk mengetahui tingkat pemahaman pelaku UMKM mengenai konsep UMKM Go Digital, branding digital, dan pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi usaha. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memahami bahwa Google Maps dapat digunakan sebagai sarana promosi dan peningkatan visibilitas usaha. Proses wawancara dilakukan secara langsung dan partisipatif sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.



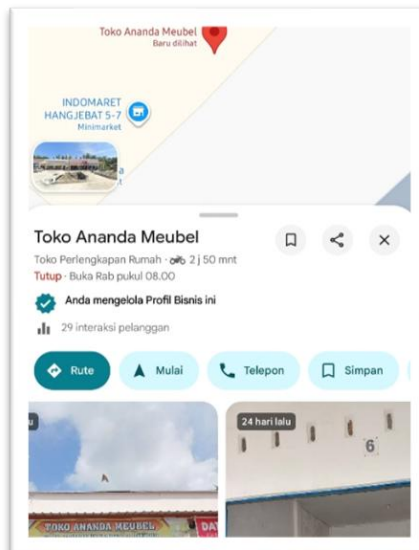
Gambar 2. Kegiatan wawancara (pre-test) bersama pelaku UMKM

Tahap selanjutnya adalah pendampingan pembuatan dan pengelolaan Google Business Profile. Proses ini meliputi penginputan data usaha, penentuan titik koordinat lokasi secara akurat, pengunggahan foto usaha, serta proses verifikasi profil. Kegiatan pendampingan dilakukan secara terbuka di lokasi masing-masing usaha dengan pendekatan partisipatif, sehingga pelaku UMKM dapat memahami proses pendaftaran dan pengelolaan profil usaha secara mandiri. Dokumentasi kegiatan pendampingan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kegiatan pendampingan bersama pelaku UMKM

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 100% UMKM yang menjadi sasaran berhasil memiliki titik lokasi usaha yang aktif di Google Maps. Keberadaan profil usaha ini memberikan kemudahan akses informasi bagi masyarakat serta meningkatkan kredibilitas usaha karena dapat ditemukan melalui pencarian daring. Pemetaan lokasi usaha melalui Google Maps juga terbukti mampu meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM sehingga memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha secara lebih cepat [9]. Salah satu contoh profil usaha yang telah berhasil terdaftar dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Contoh profil UMKM yang telah terdaftar di Google Maps

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman pelaku UMKM setelah kegiatan pendampingan sejalan dengan penelitian sebelumnya, yang menyebutkan bahwa pemanfaatan Google Maps sebagai media digital dapat meningkatkan visibilitas usaha serta kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya identitas digital [3].

Tabel 1. Hasil kuisioner sebelum dan sesudah kegiatan

No.	Hasil kuisioner sebelum kegiatan	Hasil kuisioner sesudah kegiatan	Presentasi kenaikan (%)
1	20	20	0,00
2	18	23	27,78
3	26	28	7,69
4	26	28	7,69
5	16	17	6,25
6	18	21	16,67
7	22	26	18,18
8	19	19	0,00
9	21	24	14,29
10	14	17	21,43
11	13	13	0,00
12	21	21	0,00
13	19	21	10,53
14	21	28	33,33
15	20	21	5,00
16	22	26	18,18
17	24	25	4,17
18	20	21	5,00
19	17	23	35,29
20	20	21	5,00
Rata-rata kenaikan			11,82

Berdasarkan hasil kuisioner sebelum dan sesudah kegiatan yang ditunjukkan pada Tabel 1, terjadi peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi usaha. Peningkatan rata-rata pemahaman yang terjadi mencapai 11,82%, yang menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital pelaku UMKM di Kampung Kemuning Muda.

Meskipun ada kecenderungan umum menuju peningkatan, Tabel 1 menjelaskan dinamika penyerapan material dalam konteks aktor UMKM, di mana empat responden (No. 1, 8, 11, dan 12) tidak menunjukkan peningkatan skor pemahaman mereka (peningkatan 0,00%). Berdasarkan pengamatan empiris yang dilakukan selama proses pendampingan, stagnasi skor ini dapat dikaitkan dengan dua kondisi yang berbeda. Pertama, responden No. 1, 8, dan 12 memiliki skor awal (pra-tes) yang relatif tinggi (masing-masing 20, 19, dan 21), menunjukkan bahwa para pengusaha ini sudah menunjukkan tingkat literasi digital dasar yang terpuji dan keakraban dengan aplikasi navigasi di ponsel cerdas mereka. Dengan demikian, materi tambahan yang disediakan lebih bersifat implementasional daripada berfokus pada pendidikan konsep-konsep dasar. Sebaliknya, responden No. 11, yang mencatat skor awal terendah (13), tidak menunjukkan peningkatan. Kurangnya kemajuan dalam responden ini terutama disebabkan oleh kendala yang terkait dengan literasi digital dasar yang terbatas dan faktor-faktor terkait usia, menunjukkan bahwa UMKM memerlukan periode adaptasi yang lebih lama untuk memahami fungsionalitas teknis Profil Bisnis Google dalam kerangka waktu pendampingan yang terbatas.

Capaian terdapatnya seluruh UMKM sasaran ke Google Maps menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan berjalan secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha. Pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai lokasi usaha. Selain itu, calon pembeli juga dapat memperoleh informasi lengkap terkait jam operasional usaha [2]. Program ini turut memberikan pemahaman kepada

masyarakat mengenai urgensi pemanfaatan teknologi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal [4]. Pendampingan pemanfaatan teknologi digital seperti Google Maps juga dapat meningkatkan literasi digital pelaku UMKM serta mendorong pemanfaatan teknologi dalam kegiatan promosi usaha [8].

Selama pelaksanaan kegiatan pendampingan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi di lapangan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan literasi digital pada sebagian pelaku UMKM, terutama bagi peserta yang belum terbiasa menggunakan perangkat teknologi dalam kegiatan usaha. Hal ini terlihat dari masih adanya responden yang tidak mengalami peningkatan skor pemahaman setelah kegiatan berlangsung.

Selain itu, kendala teknis juga ditemukan dalam proses pendaftaran Google Business Profile, seperti kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi, mengunggah foto usaha, serta menentukan titik lokasi secara akurat pada Google Maps. Keterbatasan jaringan internet di beberapa lokasi juga menjadi hambatan dalam proses verifikasi dan penginputan data secara daring.

Faktor lain yang turut memengaruhi adalah keterbatasan waktu pendampingan, sehingga tidak semua pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman yang optimal dalam waktu yang relatif singkat. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan pendekatan yang lebih adaptif sesuai dengan tingkat kemampuan dan kebutuhan masing-masing pelaku usaha.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa program pendataan dan pendampingan pendaftaran UMKM ke Google Maps di Kampung Kemuning Muda berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Seluruh UMKM sasaran berhasil memiliki identitas digital berupa titik lokasi usaha yang aktif di Google Maps, sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi usaha. Selain menghasilkan output berupa terdaptarnya UMKM pada platform digital, kegiatan ini juga memberikan dampak edukatif berupa peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi usaha sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha. Dengan adanya identitas digital tersebut, UMKM di Kampung Kemuning Muda memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta memperkuat daya saing usaha di era ekonomi digital.

Pada masa mendatang, pelaku UMKM perlu konsisten memperbarui informasi usaha pada Google Business Profile, seperti jam operasional, foto produk, dan nomor kontak agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Perangkat kampung dapat melanjutkan program pendampingan digitalisasi usaha secara berkala, termasuk pelatihan pemasaran digital dan pengelolaan media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) serta Badan Pusat Statistik (BPS) sebagai mitra kegiatan yang telah memberikan dukungan, fasilitasi dan kolaborasi sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Tim pengabdian juga menyampaikan terima kasih kepada Penghulu beserta jajaran perangkat kampung dan masyarakat Kampung Kemuning Muda, Kecamatan Bunga Raya, Kabupaten Siak atas dukungan yang diberikan selama proses pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Diyana, D., & Putra, A. (2025). Digitalisasi pemasaran UMKM melalui Google Business Profile dan Google Maps: studi kasus keripik ubi Faizah. *Gudang Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 283. <https://doi.org/10.59435/gjpm.v3i1.1339>

- [2] Ernawati., Zakariya, M. N., & Riski, M. (2025). Pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran pada UMKM warkop di Desa Pepelegi Sidoarjo. *Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(2), 38. <https://doi.org/10.62951/panggungkebaikan.v2i2.1405>
- [3] Kasnelly, S., Elisa, P., Rahmadani, N., Raniasa, F., Karomah, S., & Mirza, F. (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), 87. <https://doi.org/10.54459/al-amal.v5i1.1009>
- [4] Madina, F. N., Arifi, M. B. A., Dhiasyauqi, R., Putri, R. A., & Widowati, K. (2024). Pendaftaran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Google Maps. *Proceedings: UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 5(4), 9-10.
- [5] Pudjowati, J., Mas'adah., Wahyuni, S. T., Pudjiastuti, N., & Inayah, N. L. (2023). Pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) kreatif asesoris "Cantik" untuk meningkatkan pertumbuhan usaha semasa pandemi pada event Jatim Fair. *Community Development Journal*, 4(2), 2519. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.14638>
- [6] Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., Rahmawati, R., & Rahmanida, S. E. (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), 147-148. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177>
- [7] Rasenda., Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: strategi dan model bisnis berbasis teknologi untuk keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 54. <https://doi.org/10.56427/jubisdigi.v1i1.705>
- [8] Syafitri, R., Harly, A. Y., & Kurniawan, R. (2024). Sosialisasi dan pelatihan penggunaan QRIS dan Google Maps terhadap pengusaha nasi liwet di Desa Duwet. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UM Jambi*, 1(2), 96-97. <https://doi.org/10.53978/jaum.v1i2.446>
- [9] Wulandari., Mulyana, S., Meisarah, H., Anazra, D., & Samsudin. (2025). Digitalisasi UMKM Desa Timbang Lawan melalui pemetaan usaha di Google Maps sebagai strategi peningkatan visibilitas dan aksesibilitas konsumen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 4(6), 1269-1270. <https://doi.org/10.62668/sabangka.v4i06.1901>
- [10] Yuliana., Jannah, M., Haryafitri, P. D., Raufa, K., Wulandari, F., Defrianita, L., & Rahmat, A. (2025). Pemanfaatan Google Maps dan konten digital untuk meningkatkan visibilitas UMKM kuliner di Nagari Maninjau. *Community Development Journal*, 6(6), 6237-6238. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i6.54087>