**E-ISSN: 2613-9103**
**J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)**
Volume 13, Nomor 1, Juli 2025: 68 – 75

# Pemanfaatan Google Maps sebagai Strategi Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Anyaman Bambu (Gedek) di Dusun Sambi Desa Simo

Dzatu Aliniatin Nuha[1], Carica Mahmud Dewi[2], Salwamia Valhani[3], Moya Naila Halim[4], Sabiila Nur Syifa[5]
[1,2,3,4,5] Universitas Darussalam Gontor
dzatualiviatinnuha@unida.gontor.ac.id[1], mahmudcaricadewi@unida.gontor.ac.id[2], salwamiavalhani82@student.pai.unida.gontor.ac.id[3], moyanailahalim83@student.iqt.unida.gontor.ac.id[4], sabiilanursyifa65@student.saa.unida.gontor.ac.id[5]

## ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, namun banyak diantaranya, terutama di daerah pedesaan, menghadapi tantangan dalam pemasaran produk. Menggunakan teknologi digital seperti Google Maps dapat membantu mengatasi permasalahan ini. Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan Google Maps untuk strategi digitalisasi pemasaran UMKM Anyaman Bambu (Gedek) di Dusun Sambi, Desa Simo. Google Maps, dengan fitur *Google My Bussines*, memungkinkan pelaksana UMKM untuk memasarkan produknya secara online melalui informasi usaha, lokasi, ulasan pelanggan, dan foto produk. Namun, para pelaksana UMKM banyak yang belum memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat ini berupa pembuatan fitur *Google My Bussines*, dalam pemanfaatan Google Maps diharapkan dapat mengembangkan visibilitas produk UMKM, memperluas pemasaran, dan meningkatkan daya saing mereka. Hasil Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam transformasi digital UMKM di pedesaan.

**Kata kunci*:*** *Google Maps, Digitalisasi, UMKM, Anyaman Bambu (Gedek)*

## ABSTRACT

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) play a very important role in the Indonesian economy, but many of them, especially in rural areas, face challenges in marketing their products. Using digital technology such as Google Maps can help address this issue. This research focuses on the utilization of Google Maps for the digital marketing strategy of Bamboo Weaving (Gedek) UMKM in Dusun Sambi, Desa Simo. Google Maps, with the Google My Business feature, allows UMKM operators to market their products online through business information, location, customer reviews, and product photos. However, many Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) operators have not yet utilized this technology optimally. Therefore, this community service in the form of creating Google My Business features, utilizing Google Maps, is expected to develop the visibility of UMKM products, expand marketing, and enhance their competitiveness. The results of this research are expected to contribute to the digital transformation of UMKM in rural areas.

**Keyword:** *Google Maps, Digitalitation, UMKM, Bamboo Weaving (Gedek)*

**E-ISSN: 2613-9103**
**J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)**
Volume 13, Nomor 1, Juli 2025: 68 – 75

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar dalam ekonomi Indonesia karena mereka menciptakan lapangan kerja dan berkontribusi pada PDB nasional. Namun, UMKM menghadapi tantangan utama, terutama di daerah pedesaan (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Keterbatasan dalam pemasaran dan akses ke pasar yang lebih luas merupakan tantangan utama. Salah satu metode untuk memperkuat daya saing bisnis kecil dan menengah (UMKM) adalah dengan menggunakan teknologi informasi. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan sosial media untuk mendapatkan peluang besar untuk memasarkan barang mereka secara online. Produk-produk ini dapat dipasarkan baik secara manual maupun secara online, dengan promosi manual mencakup promosi online menggunakan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook, serta penyebaran pamflet atau brosur (Zabadi et al., n.d.)

Para pelaku bisnis saat ini menggunakan teknologi sebagai salah satu cara mereka menjual barang mereka. Bisnis mereka telah berkembang ke arah teknologi digital, yang memungkinkan mereka memasarkan produk usahanya ke berbagai lokasi di seluruh dunia. Bisnis besar mungkin melihat pemanfaatan teknologi sebagai hal yang mudah. Namun faktanya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Simo tepatnya di Dusun Sambi, perlu belajar tentang cara mendapatkan peluang besar dalam teknologi digital.

Berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk bisnis, telah berubah secara signifikan sebagai hasil dari adopsi teknologi digital. Teknologi juga menguntungkan UMKM, yang merupakan bagian penting dari ekonomi banyak negara. Google Maps adalah salah satu alat digital yang sangat membantu dalam **mengoptimalkan usaha** pemasaran produk UMKM **agar lebih efisien serta efektif.**

Google Maps dapat membantu bisnis kecil dan menengah dengan menawarkan navigasi dan pemasaran secara digital. Dengan fitur seperti *Google My Business*, pelaksana UMKM dapat menampilkan informasi usaha, lokasi, ulasan pelanggan, dan foto produk, sehingga mempermudah calon pelanggan dalam menemukan dan mengakses layanan yang ditawarkan. Meskipun manfaat digitalisasi pemasaran ini cukup signifikan, masih banyak UMKM di daerah pedesaan yang belum secara optimal memanfaatkan Google Maps dalam strategi bisnis mereka (Sifwah et al., 2024).

UMKM dapat memanfaatkan berbagai **layanan dari** Google Maps, **seperti** penanda lokasi, ulasan **dari** pelanggan, dan **detail** kontak. **Di samping** itu, mereka dapat membuat profil bisnis yang **menarik**, **beragam**, **daninformative** bagi calon pelanggan. Penggunaan Google Maps tidak hanya membantu pelaku UMKM tetapi juga membantu konsumen. Dengan bantuan peta interaktif, **mereka bisa** menemukan barang dan jasa yang **diperlukan**, **serta** dapat melihat ulasan dan saran pengguna lain (Aushafina & Wikartika, 2023).

Sebagian kendala di dalam **menggunakan** *Google Maps* sebagai alat pemasaran digital **untuk** produk UMKM si Dusun Sambi yaitu keterbatasan pengetahuan dan kemampuan para pelaksana UMKM. Buktinya dapat dilihat dari fakta bahwa banyak dari mereka yang tidak tahu bagaimana memberikan informasi detail tentang lokasi barang jualannya atau bagaimana membuat aplikasi Google Maps Maka (Zabadi et al., n.d.). Maka dari itu, sangatlah penting untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menekankan keahlian, keterampilan, dan bantuan terkait penggunaan Google Maps **memungkinkan** mereka **untuk mempromosikan** produk mereka secara luas dan cepat, sehingga **bisa** bersaing **secara** baik di tingkat regional **dan** nasional, bahkan interbasional. Diharapkan juga bahwa pengabdian ini akan membantu bisnis kecil dan menengah (UMKM) menjadi lebih melek digital.

Dusun Sambi yang terletak di Desa Simo, merupakan salah satu wilayah dengan potensi UMKM yang cukup besar, terutama dalam sektor pertanian dan pembuatan anyaman bambu (Gedek). Namun, keterbatasan dalam pemasaran masih menjadi kendala bagi sebagian besar pelaku usaha di daerah ini. Anyaman bambu (Gedek) adalah salahsatu UMKM yang akan

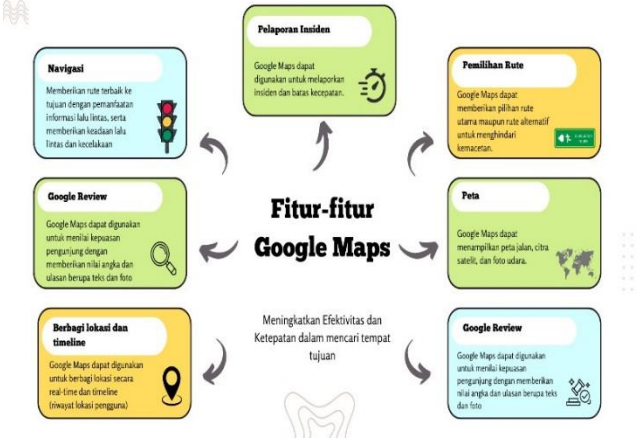
**E-ISSN: 2613-9103**
**J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)**
Volume 13, Nomor 1, Juli 2025: 68 – 75

sering kita temui di Dusun Sambi. Namun, sebagian besar pengelola dari Gedek ini adalah para orang tua yang dimana sangat minim dalam menggunakan media sosial maupun teknologi canggih. Oleh karena itu, **studi** ini **memiliki tujuan** untuk menganalisis pemanfaatan Google Maps sebagai **taktik** pemasaran digital bagi UMKM di Dusun Sambi.

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaksana UMKM dalam mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis digital. Selain itu, hasilnya akan menjadi referensi bagi pemerintah desa dan pemangku kebijakan untuk membantu transformasi digital UMKM pedesaan.

## Google Maps

Google Maps **adalah** layanan pemetaan lokasi yang **diciptakan** oleh Google. Dalam bentuk Google Maps tertera berbagai data dan informasi terkait pemetaan dan tata letak seperti citra satelit, foto udara, peta jalan tempat tertentu, pemandangan dalam bentuk nyata, rute bepergian untuk pejalan kaki, mobil, sepeda, transportasi udara dan umum (Zabadi et al., n.d.). Google Maps dapat digunakan sebagai petunjuk arah, menemukan berbagai informasi tentang bisnis lokal, lembaga pendidikan, tempat wisata dan masih banyak lagi tentang detail letak suatu tempat Google Maps adalah **sebuah** aplikasi peta yang dapat **dipakai** di perangkat mobile atau browser web. Google Maps dapat digunakan untuk mencari arah dan informasi tentang bisnis lokal. Jangkauan Google Maps tidak terbatas **hanya** pada satu negara atau **area,** karena ia menggunakan kombinasi **gambar** satelit, foto **dari** pengguna, dan tampilan jalan, sehingga menjadikannya lebih dari sekadar peta. Google Maps **berfungsi sebagai** atlas interaktif yang memungkinkan penggunanya **untuk belajar** tentang **berbagai** tempat dan orang di seluruh dunia (Walalayo et al., 2022).




**Gambar 1. Fitur-fitur Goggle Maps**

## Digitalisasi

Menurut E. Sukmana, digitalisasi **merupakan** proses **transformasi** media, **baik** audio **maupun** video**,** ke dalam **format** digital yang digunakan untuk **menyimpan** dokumen (Suparjiman et al., 2024). Menurut David L. Rogers, digitalisasi merupakan penggunaan teknologi digital guna merubah cara berbisnis, beroperasi, berinteraksi dengan konsumen, serta menciptakan sesuatu yang belum ada. Namun, Mc Kinsey mengatakan bahwa digitalisasi adalah penerapan teknologi digital ke seluruh aspek bisnis, yang mengubah cara bisnis bekerja dan menghasilkan nilai baru untuk pelanggan (Hidayatullah, 2023).

Sedangkan pemasaran digital adalah jenis promosi yang dilakukan untuk menarik pelanggan atau pelanggan potensial melalui media digital, seperti internet, situs web, media sosial, dan iklan online (Aisyah & Rachmadi, 2022). Digitalisasi telah mengubah cara orang membeli dan menjual barang. Hal ini terlihat dalam sektor ekonomi pada tiga elemen utama, yaitu pembayaran, promosi, dan penjualan. Banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) menggunakan digitalisasi sebagai cara untuk penyesuaian diri dan per**tumbuhan** di tengah persaingan yang semakin ketat (Hutagaol et al., 2024).

## Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro adalah **jenis** usaha produktif yang dimiliki oleh **individu** atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria mikro. **Di sisi lain,** usaha kecil adalah usaha mandiri yang berdiri sendiri dan **dikelola** oleh **individu**, bukan

**E-ISSN: 2613-9103**
**J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)**
Volume 13, Nomor 1, Juli 2025: 68 – 75

**sebagai** anak perusahaan atau cabang **dari** perusahaan yang sudah **ada.** Bisnis menengah adalah usaha ekonomi produktif yang mandiri, dilakukan oleh individu dan bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang sudah dimiliki (Rohim et al., 2022).

Oleh karena itu, UMKM adalah usaha oleh **perseorangan** atau **entitas** yang **tidak berstatus sebagai** anak perusahaan atau cabang **dari** perusahaan lain dengan **modal usaha dan kriteria** tertentu.

**Anyaman Bambu atau Gedek**

Kerajinan **dari** anyaman bambu **adalah** salah satu **bentuk** seni **menganyam** yang **umumnya menggunakan** bahan **seperti** rotan, bambu, daun yang **memiliki serat tipis** seperti eceng gondok, pelepah **tanaman**, daun pandan, plastik**,** dan bahan **lain** yang **bisa digunakan untuk** anyaman. Kerajinan anyaman bambu banyak digunakan sebagai alat keperluan rumah tangga sehari-hari. Kerajinan anyaman bambu biasanya dibuat dengan peralatan sederhana seperti pisau untuk memotong, pisau untuk menipiskan, tang, sabit, dan tang yang memiliki ujung bulat. Proses ni memerlukan keterampilan, ide, perasaan, serta tingkat kreativitas yang tinggi (Rizki et al., 2023).

## METODE

Dalam melakukan penelitian ini, Tim KKN Tematik 36 Kelompok 41 Universitas Darussalam Gontor ini menggunakan beberapa tahapan atau metode antara lain: Survey Lokasi (observasi lapangan), wawancara, dokumentasi, menyusun rencana kegiatan, hingga pada tahap evaluasi.

1. Survey Lokasi
   Survey lokasi dilakukan pada awal kerjasama mitra dengan mendatangi lokasi UMKM di Dusun Sambi Desa Simo. Tujuannya agar dapat mengetahui informasi, data dan kejadian nyata di lapangan.
2. Wawancara
   Wawancara dilakukan oleh Tim KKN untuk mengerti dan memahami permasalahan yang terjadi mulai dari proses pembuatan produk hingga tahap pemasaran.
3. Dokumentasi
   Dokumentasi dibutuhkan agar kegiatan dapat diabadikan sebagai bukti bahwa UMKM Anyaman Bambu menjadi suatu produk yang perlu ditunjukkan pada khalayak umum, serta memberikan gambaran terkait proses pembuatan dan pemasaran.
4. Pendampingan Kegiatan
   Pendampingan dilakukan secara langsung kepada pemilik UMKM, tujuannya agar dapat membantu UMKM secara mendalam terkait pemanfaatan Google Maps.
5. Pelaksanaan Evaluasi
   Evaluasi perlu dilakukan oleh tim KKN terhadap kegiatan UMKM Anyaman Bambu dalam penggunaan Google Maps sebagai strategi pemasaran produk.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tanggal 13 Januari 2025, survei dilakukan di Desa Simo Dusun Sambi untyuk mengamati kondisi dan situasi UMKM Anyaman Bambu (gedek) tersebut serta menyatakan kesediaan untuk bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan KKN Tematik-36 ini ditujukan untuk mengimplementasikan teknologi dan ilmu pengetahuan untuk mengembangkan produk atau layanan serta sasaran sosial. Hasil survei menunjukkan masalah dan adanya solusi. Salah satu masalah yang dihadapi mitra ini adalah akses pasar yang terbatas, anyaman bambu gedek masih bergantung pada pemasaran lokal dan belum mencapai pasar yang lebih luas. Penyebab utamanya yaitu kurangnya pemanfaatan terhadap teknologi digital untuk pemasaran dan penjualan produk. Solusi yang akan kami tawarkan adalah mengembangkan penjualan dan pemasaran industri Anyaman Bambu (gedek) di Dusun Sambi Desa Simo Kecamatan Kendal Ngawi Jawa Timur dengan memanfaatkan platform digital seperti Google Maps bisa menjadi solusi nan ampuh dan berguna untuk menanggulangi kendala pemasaran yang dialami UMKM di daerah pedesaan seperti Dusun Sambi.

**E-ISSN: 2613-9103**
**J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)**
Volume 13, Nomor 1, Juli 2025: 68 – 75

**Gambar 2. Survey Lokasi**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis terkait penggunaan Google Maps sebagai strategi pemasaran digital untuk UMKM di Dusun Sambi, Desa Simo. Dari hasil wawancara dan pengamatan di lokasi, dapat dipahami bahwa para pelaku UMKM di wilayah ini, khususnya pengelola usaha anyaman bambu (Gedek), masih menghadapi tantangan besar dalam hal pemasaran produk mereka. Meskipun UMKM memiliki produk yang unik dan berkualitas, mereka masih terbatas dalam hal promosi dan pemasaran, terutama di luar wilayah lokal mereka. Sebagian besar pelaksana UMKM di Dusun Sambi, terutama yang berusia lebih tua, tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan teknologi informasi, seperti social media dan aplikasi modern (digital) untuk memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, mereka lebih mengandalkan pemasaran secara manual, seperti distribusi pamflet dan komunikasi langsung dengan konsumen di sekitar mereka. Meskipun demikian, mereka menyadari bahwa potensi pasar yang lebih luas dapat dijangkau melalui penggunaan teknologi digital, khususnya Google Maps, yang dapat meningkatkan visibilitas produk mereka.

Sebagai langkah awal, Tim KKN melakukan pendampingan langsung kepada pemilik UMKM, membantu mereka membuat akun Google My Business dan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Google Maps untuk memasarkan produk mereka. Beberapa pemilik usaha mulai memanfaatkan fitur lokasi dan ulasan pelanggan untuk memperkenalkan usaha mereka kepada calon konsumen di luar daerah. Digitalisasi sangat memengaruhi dunia bisnis, termasuk UMKM. Pemanfaatan platform digital seperti Google Maps dapat digunakan sebagai solusi yang efektif untuk mengatasi kendala pemasaran yang dihadapi UMKM di daerah pedesaan seperti Dusun Sambi. Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi, tetapi sekaligus media pemasaran yang dapat membantu UMKM memperkenalkan produk mereka ke khalayak yang lebih besar. Platform yang sangat potensial untuk memperkuat daya saing UMKM di bursa yang lebih luas adalah fitur Google My Business yang memungkinkan pemilik usaha untuk menampilkan informasi bisnis mereka, seperti lokasi, foto produk, dan ulasan pelanggan.

**Gambar 3. Pemotongan Bambu menjadi 6 Bagian**

**Gambar 4. Proses Penganyaman**

**E-ISSN: 2613-9103**
**J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)**
Volume 13, Nomor 1, Juli 2025: 68 – 75

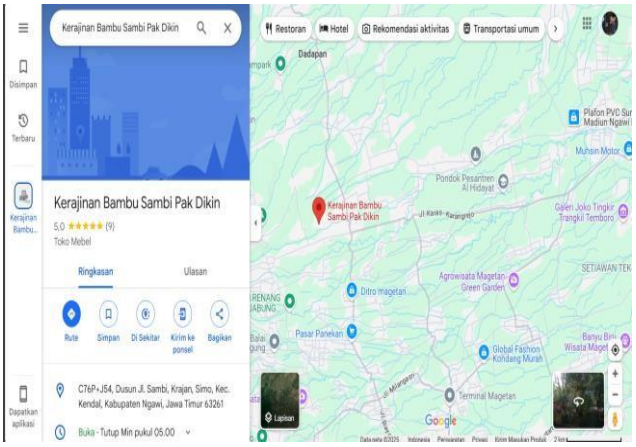
**Gambar 5. Proses Pemilihan Bambu**

Namun, dalam implementasinya, masih terdapat kendala signifikan terkait pengetahuan dan keterampilan digital para pelaku UMKM di Dusun Sambi. Banyak dari mereka belum terbiasa menggunakan media sosial dan teknologi digital untuk pemasaran. Meskipun demikian, setelah diberikan pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan Google Maps, mereka mulai menunjukkan minat dan kesadaran akan pentingnya teknologi dalam meningkatkan visibilitas produk mereka.

**Gambar 6. Proses Pembersihan Bambu**

Google Maps sebagai platform pemetaan digital tidak hanya memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM, tetapi juga mempermudah konsumen dalam menemukan produk atau layanan yang mereka butuhkan. Fitur seperti ulasan pengguna memberikan kepercayaan lebih kepada calon pelanggan, yang dapat meningkatkan peluang penjualan bagi UMKM. Selain itu, kehadiran informasi lengkap tentang lokasi usaha dan kontak yang mudah diakses juga mempercepat proses pengambilan keputusan konsumen.

Namun, masih banyak pelaku UMKM di daerah pedesaan yang belum sepenuhnya memanfaatkan fungsi digitalisasi. Oleh karena itu, penting untuk terus mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan pelatihan tentang pemanfaatan teknologi digital, khususnya Google Maps, sebagai strategi pemasaran. Kegiatan ini tidak hanya akan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pemasaran digital, tetapi juga akan membantu mereka memperluas pasar, baik secara regional, nasional, maupun internasional.




**Gambar 7. Google Maps**

## SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mengoptimalkan Google Maps sebagai strategi pemasaran untuk produk UMKM di Dusun Sambi memiliki potensi yang besar berguna untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Meskipun terdapat tantangan terkait keterbatasan pengetahuan teknologi di kalangan pelaku UMKM, pendampingan dan pelatihan yang dilakukan oleh Tim KKN telah memberikan pemahaman dasar tentang cara menggunakan

Google Maps sebagai alat pemasaran. Dengan terus mengembangkan keterampilan digital para pelaku UMKM, diharapkan mereka dapat memanfaatkan potensi teknologi untuk mengembangkan usaha mereka dan mencapai pasar yang lebih luas. Pemerintah desa dan pemangku kebijakan juga diharapkan dapat mendukung transformasi digital UMKM dengan menyediakan akses dan pelatihan yang lebih intensif.

**Ucapan Terima Kasih**

Kami bersyukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan kegiatan dan tanggung jawab Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam Program Pengabdian Masyarakat ini dengan lancar. Dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak memastikan bahwa tujuan ini dapat dicapai. Sebagai peserta KKN Tematik-36 Universitas Darussalam Gontor, kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) KKN yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan semangat selama pelaksanaan KKN ini, sehingga kami dapat mengerjakan program kerja dengan baik.
2. Pemerintah Desa beserta seluruh aparat desa yang telah mengizinkan kami dan memfasilitasi kegiatan kami untuk melaksanakan program KKN, serta menyambut kami dengan hangat selama kegiatan berlangsung.
3. MITRA Anyaman Bambu (gedek) yang telah menerima dan bersedia untuk bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan KKN Tematik-36 ini.
4. Teman-teman KKNT-36 kelompok 41 yang telah bekerja sama dengan baik dalam kerjasama tim untuk menyusun dan melaksanakan setiap program, dan saling membantu serta mendukung selama kegiatan berlangsung.
5. Kepada Lembaga Penelitian Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Darussalam Gontor yang telah mendanai kelanjutan jurnal KKNT-36 kelompok 41.
6. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, nang memiliki peran penting serta turut andil dalam kesuksesan kegiatan KKNT-36 ini.

Semoga dengan adanya kegiatan KKNT-36 ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi Masyarakat dan UMKM Anyaman Bambu (gedek), serta dapat menjadi pengalaman berharga bagi kami dalam mengembangkan diri sebagai bagian dari masyarakat yang lebih baik.

Demikian ucapan terima kasih dari tim KKNT-36 kelompok 41 yang kami sampaikan dengan penuh rasa syukur, semoga segala bentuk kontribusi yang telah diberikan kepada kita mendapatkan balasan yang seimbang di hadapan Allah SWT.

## DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). DIGITALISASI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING PADA PELAKU UMKM GUNA PENINGKATAN PENDAPATAN. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(2), 442–448. https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866

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/10.35870/jpni.v4i3.366

Hidayatullah, H. (2023). STRATEGI PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM ERA DIGITALISASI DI SMP SULTAN AGUNG SEYEGAN SLEMAN YOGYAKARTA. *ADDABANA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, *6*(2), 119–133. https://doi.org/10.47732/adb.v6i2.249

Hutagaol, A., Damanik, D. B. N., Saragih, J. R. S., Wijaya, M. F., Sitompul, R. S. M., Sugara, W. H., & Pratama, L. S. (2024). Analisis Pengaruh Digitalisasi Terhadap Umkm Di Kota Medan. *Jurnal Ekuilnomi*, *6*(3), 729–738. https://doi.org/10.36985/kgvmq881

Rizki, C., Mulyati, E., Kurnia, K., Hardiana, B. N., Hidayat, R., Safitri, I., Busro, B., Apriyulianti, S., Agustina, B. R., & Rubiyanti, R. (2023). PENGEMBANGAN PRODUK KERAJINAN DARI ANYAMAN BAMBU DI DESA BABUSSALAM KECAMATAN GERUNG KABUPATEN LOMBOK BARAT. *Jurnal Interaktif: Warta*

*Pengabdian Pendidikan*, *3*(1), 1–9. https://doi.org/10.29303/interaktif.v3i1.63

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

Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, *2*(1), 109–118. https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592

Suparjiman, Iis Dewi Fitriani, Adi Pratama, Ahmad Nabil Quthb, Fakhri Fadhlurrahman, Iwan, F. S. D., Raden Achmad Muhammad Hisyam, Rani, Raquita Dibba, Santi Tria Mustika, Shintia Ledgeriana Hidyan, & Ziyan Dini Hunafa. (2024). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran online di Desa Sindangpanon. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, *4*(2), 391–398. https://doi.org/10.37373/bemas.v4i2.810

Walalayo, R., Manuputty, E. A. W., & Ufie, A. J. R. (2022). *PEMANFAATAN GOOGLE MAPS DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA TEBING MAKARIKI NEGERI YAPUTIH KECAMATAN TEHORU KABUPATEN MALUKU TENGAH*. *1*(1).

Zabadi, F., Hanayanti, C. S., Rahmawati, R. R., & Madura, U. (n.d.). PEMANFAATAN GOOGLE-MAPS SEBAGAI BENTUK DIGITALISASI PEMASARAN PRODUK UMKM DI DESA BUNDER. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, *11*.