

Pemanfaatan Apikasi Google Maps Sebagai Upaya Branding UMKM di Desa Singaraja Kabupaten Indramayu

Ulinniam¹, M.Imad Lukmanul Hakim², Amelia Nurul Safitri³, Arif Furohman⁴, Mudita Rahmawati⁵, Leni Nur'aeni⁶, M.Abdullah Fauzan⁷, Tasya Happy Liana⁸, Asyifa⁹, Iis Novia Risliyanti¹⁰, Doni Amaluddin¹¹, M.Azzly Ansori Yusuf¹², Widia Siti Nurfaridah¹³, Ananda Trisakia¹⁴, Wulansari¹⁵

Institut Pangeran Dharma Kusuma, Indramayu

e-mail: ulinniam26@gmail.com, kkm12singaraja@gmail.com

ABSTRAK

Potensi UMKM di Desa Singaraja belum tergali secara maksimal. Salah satu kendala yang dihadapi UMKM adalah kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital, khususnya pemanfaatan aplikasi Google Maps. Kegiatan KKN ini bertujuan mengedukasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM di Desa Singaraja mengenai pentingnya branding dan cara memanfaatkan Google Maps sebagai alat pemasaran. Metode yang digunakan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Para pelaku UMKM diberikan pemahaman tentang konsep branding, manfaat Google Maps bagi UMKM, dan cara mendaftarkan usaha mereka di Google Maps. Selain itu, mereka juga diajarkan cara mengelola informasi usaha di Google Maps, seperti menambahkan foto produk, jam buka, dan informasi kontak. Hasil mengindikasikan para pelaku UMKM di Desa Singaraja antusias mengikuti pelatihan dan memahami pentingnya branding bagi usaha mereka. Mereka juga mampu mendaftarkan usaha mereka di Google Maps dan mengelola informasi usaha secara mandiri. Dengan terdaftarnya UMKM di Google Maps, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas usaha mereka, menarik lebih banyak pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: Branding; Google Maps; Pemasaran Digital; UMKM

ABSTRACT

Singaraja Village possesses significant MSME potential, yet its full utilization remains untapped. One key challenge for these businesses is a limited understanding of digital marketing, particularly the effective use of Google Maps. This KKN activity aims to provide education and training to MSMEs in Singaraja Village regarding the importance of branding and how to use Google Maps as a marketing tool. The methods used are socialization, training and mentoring. MSME players are given an understanding of the concept of branding, the benefits of Google Maps for MSMEs, and how to register their business on Google Maps and manage business information on Google Maps, such as adding product photos, opening hours and contact information. The results of this activity show that MSMEs in Singaraja Village are enthusiastic about participating in the training and understand the importance of branding for their business. They are also able to register their business on Google Maps and manage business information independently. By registering MSMEs on Google Maps, it is hoped that they can increase the visibility of their businesses, attract more customers, and ultimately increase revenue.

Keywords: Brand; Digital Marketing; Google Maps; MSME

DOI: <https://doi.org/10.54832/judimas.v3i2.585>

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan, UMKM turut berkontribusi dalam mengurangi angka kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM berkontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik

Bruto (PDB) nasional, menunjukkan betapa pentingnya sektor ini dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara (Kementerian Keuangan RI, 2023). Data ini menegaskan bahwa dukungan terhadap UMKM, termasuk pelatihan dan pemanfaatan teknologi digital, sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka, serta untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif.

Desa Singaraja yang berada di Kabupaten Indramayu berpotensi UMKM besar, tapi belum tergali secara maksimal. Salah satu kendala yang dihadapi UMKM diantaranya adalah kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital, khususnya pemanfaatan aplikasi Google Maps. Desa Singaraja, sebuah kelurahan dengan luas wilayah paling kecil di Kecamatan Indramayu, Kabupaten Indramayu, secara geografis terletak di sebelah utara dari sebelah kiri jalan raya yang mengarah ke Bundaran Kijang. Nama "Singaraja" konon berasal dari para ulama yang menjadi perintis berdirinya desa ini, sehingga sering disebut sebagai "desa santri. Di Desa Singaraja, banyak pelaku UMKM yang masih bergantung pada metode pemasaran tradisional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut, yang terbukti kurang efektif dalam menarik pelanggan baru. Hal ini menyebabkan banyak usaha kecil kesulitan untuk berkembang dan bersaing dengan UMKM lain yang lebih adaptif terhadap teknologi. Penelitian Septi & Ariesey (2024) menunjukkan UMKM yang memanfaatkan teknologi digital, termasuk Google Maps, mengalami peningkatan penjualan hingga 30% dalam waktu satu tahun, dibandingkan dengan UMKM yang tidak menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian, peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital, termasuk penggunaan Google Maps, sangat penting untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM di Desa Singaraja.

Identitas Singaraja sebagai daerah dengan mayoritas penduduk yang religius telah tertanam kuat dalam benak masyarakat. Namun, realitas sosial di Singaraja menunjukkan kompleksitas yang lebih dalam. Meskipun banyak di antara penduduknya yang berstatus sebagai santri, praktik keagamaan di masyarakat ini tidak selalu konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap identitas keagamaan suatu komunitas tidak selalu sederhana. Para ulama tidak hanya berfungsi sebagai pemimpin spiritual, tetapi juga sebagai pendorong utama dalam pengembangan ekonomi lokal. Nilai-nilai yang diajarkan oleh para ulama, seperti kerja keras, kejujuran, dan saling membantu, telah membentuk etos kerja masyarakat. Dalam konteks ekonomi saat ini, nilai-nilai tersebut sangat relevan bagi pelaku UMKM di Desa Singaraja. Penelitian menunjukkan etos kerja yang kuat, yang dipengaruhi oleh ajaran agama, dapat meningkatkan produktivitas dan inovasi di kalangan pelaku UMKM

(Oktiana et al., 2024). Selain itu, dengan adanya dukungan dari komunitas dan pemimpin lokal, pelaku UMKM diharapkan dapat lebih berani mengambil risiko dalam berinovasi dan memanfaatkan teknologi digital, seperti Google Maps, untuk memperluas jangkauan pasar mereka (Haq et al., 2024). Dengan demikian, peran ulama dalam membangun nilai-nilai positif di masyarakat tidak hanya berkontribusi pada aspek spiritual, tetapi juga pada pengembangan ekonomi yang berkelanjutan di Desa Singaraja.

Berdasarkan keterangan Ketua MUI Desa Singaraja, pemilihan nama "Singaraja" untuk desa tersebut tidak lepas dari kontribusi para ulama dalam pengembangannya. Masjid Jami Al-Karomat, sebuah masjid tua yang megah dan menjadi pusat kegiatan keagamaan, dipercaya sebagai salah satu sumber utama penyebaran Islam dan pusat pendidikan agama Islam di Desa Singaraja sejak berdirinya. Luasnya lahan sawah di Desa Singaraja menjadikannya sebagai sentra pertanian yang produktif. Pembangunan infrastruktur jalan yang berkualitas telah memberikan dampak positif terhadap perekonomian desa, baik dalam hal distribusi hasil pertanian maupun peningkatan mobilitas penduduk (Noviyanti & Putra, 2023). Pertumbuhan penduduk yang pesat di masa lalu telah membentuk karakteristik desa sebagai kawasan yang dinamis, dititik sudut ilmu ekonomi ini sangat potensial dijadikan sebagai pasar tradisional pengguna hasil produksi (konsumen). Serta dijadikan sumber tenaga kerja potensial sebagai pelaku ekonomi di pedesaan tersebut. Akan tetapi jumlah penduduk desa singaraja pada tahun sekarang penduduknya sangat menurun. Misalnya adanya kematian, banyak penduduk yang bekerja di luar negeri, banyaknya penduduk mempunyai 2 tempat tinggal, dll.

Sebagai bentuk komitmen dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pemerintah desa Singaraja telah menginisiasi pembangunan pasar desa. Pasar ini berfungsi sebagai pusat aktivitas ekonomi lokal, menyediakan akses bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan beroperasi mulai pukul 05.00 hingga 12.00 WIB setiap hari, pasar desa ini telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat. Itulah salah satu cara mereka menyambung hidup karena mereka bergantung pada SDA yang ada Adapun Masyarakat memilih untuk membuka home indutri dengan inovasi yang kami berikan semoga bisa membantu perekonomian Masyarakat setempat, Salah satunya yaitu pengembangkan UMKM di desa Singaraja. Google Maps, sebagai aplikasi peta digital yang banyak digunakan, memiliki fungsi yang lebih luas daripada sekadar penunjuk arah, namun dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif bagi UMKM. Dengan mendaftarkan usaha mereka di Google Maps, UMKM dapat meningkatkan visibilitas usaha mereka di internet, memudahkan

pelanggan menemukan lokasi usaha, dan menyediakan informasi komprehensif tentang spesifikasi dan manfaat produk atau jasa.

Beberapa penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya menunjukkan efektivitas aplikasi Google Maps dalam meningkatkan branding dan visibilitas UMKM. Misalnya, penelitian Rizqiawan et al. (2023) menemukan bahwa penggunaan Google Maps sebagai media promosi dapat meningkatkan aksesibilitas usaha dan menarik lebih banyak pelanggan, terutama di daerah yang kurang dikenal. Selain itu, Insani et al. (2022) melaporkan bahwa UMKM yang terdaftar di Google Maps mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pengunjung dan penjualan, berkat kemudahan yang diberikan oleh aplikasi tersebut dalam memberikan informasi lokasi dan produk. Fujiono et al. (2023) juga menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan Google Maps bagi pelaku UMKM tidak hanya meningkatkan pemahaman mereka tentang pemasaran digital, tetapi juga mendorong mereka untuk lebih aktif dalam mempromosikan usaha mereka secara online. Dengan demikian, hasil-hasil ini mendukung klaim bahwa aplikasi Google Maps merupakan alat yang efektif untuk branding dan pemasaran UMKM, yang sejalan dengan tujuan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Singaraja.

Tujuan dari kegiatan ini untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM di Desa Singaraja mengenai pentingnya branding dan cara memanfaatkan Google Maps sebagai alat pemasaran, mendampingi UMKM dalam proses pendaftaran bisnis di Google Maps, meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang cara mengelola informasi usaha di Google Maps.

Metode Pelaksanaan

Sebagai bentuk implementasi dari hasil kajian terhadap permasalahan UMKM di Desa Singaraja, kelompok KKM-T Institut Pangeran Dharma Kusuma Indramayu telah bekerja sama secara intensif dengan para mitra UMKM. Melalui serangkaian tahapan kegiatan yang terencana, kami berupaya untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk UMKM di pasar:

Survei dilakukan secara langsung kepada para pelaku UMKM pada tanggal 14 Januari 2025 melalui metode wawancara dan diskusi tatap muka untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh setiap UMKM. Selain itu, dengan adanya survey sebelum kegiatan juga bertujuan sebagai pendekatan terhadap UMKM yang akan didampingi.

Sosialisasi pada kegiatan ini kegiatan berupa penyampaian materi dan memberikan

pemahaman tentang konsep branding dan manfaat Google Maps bagi UMKM. Materi pelatihan mencakup pemahaman mendalam mengenai konsep pemasaran, digital marketing, dan branding. Selain itu, peserta juga diajak untuk memahami tujuan utama dari digital marketing, serta penerapan praktis Google Maps dan pengelolaan keuangan dalam strategi pemasaran digital. metode penyampaian materi yang digunakan mencakup presentasi, diskusi interaktif, dan praktik langsung. Metode presentasi digunakan untuk memberikan pemahaman awal tentang konsep branding dan pemanfaatan Google Maps sebagai alat pemasaran, di mana informasi disampaikan secara sistematis dan terstruktur. Selain itu, diskusi interaktif diadakan untuk mendorong partisipasi aktif dari pelaku UMKM, sehingga mereka dapat berbagi pengalaman dan bertanya langsung mengenai tantangan yang dihadapi dalam pemasaran digital.

Kegiatan pendampingan UMKM ini dilaksanakan secara intensif selama periode 15-25 Januari 2025 dengan menggunakan pendekatan 'door-to-door' untuk menjangkau setiap pelaku usaha secara langsung. Dan memberikan bantuan kepada pelaku UMKM dalam mempraktikkan cara menggunakan Google Maps. Metode praktik langsung diterapkan, di mana peserta diajak untuk langsung mendaftarkan usaha mereka di Google Maps dan mengelola informasi usaha, sehingga mereka dapat merasakan langsung manfaat dari aplikasi tersebut. Dengan demikian, diharapkan permasalahan yang dihadapi para UMKM dapat terselesaikan melalui pendampingan intensif ini.

Keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini diukur melalui penggunaan kuesioner dan wawancara lanjutan untuk mendapatkan umpan balik dari pelaku UMKM. Kuesioner akan dirancang untuk mengevaluasi pemahaman peserta tentang materi yang disampaikan, tingkat kepuasan terhadap pelatihan, serta perubahan yang mereka alami dalam penggunaan Google Maps dan strategi pemasaran digital lainnya. Selain itu, wawancara lanjutan akan dilakukan untuk menggali lebih dalam pengalaman peserta setelah mengikuti sosialisasi dan pendampingan, termasuk tantangan yang mereka hadapi dan bagaimana mereka menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam praktik sehari-hari.

Setelah sosialisasi dan pendampingan, rencana evaluasi akan dilaksanakan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM di Desa Singaraja dapat terus memanfaatkan Google Maps dan strategi pemasaran digital lainnya secara efektif. Evaluasi ini akan mencakup beberapa komponen, seperti survei kepuasan peserta, pengukuran peningkatan visibilitas usaha di Google Maps, dan analisis perubahan dalam jumlah pelanggan serta pendapatan. Survei kepuasan akan dilakukan untuk mengumpulkan umpan balik mengenai materi yang

disampaikan dan metode yang digunakan selama pelatihan. Selain itu, monitoring berkala akan dilakukan untuk mengevaluasi apakah pelaku UMKM masih aktif menggunakan Google Maps dan menerapkan strategi pemasaran digital yang telah diajarkan. Dengan demikian, rencana evaluasi ini diharapkan dapat memastikan keberlanjutan penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usaha mereka.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat oleh Kelompok 12 KKM-T Institut Pangeran Dharma Kusuma Indramayu telah berlangsung selama satu bulan di Desa Singaraja, Kecamatan Indramayu. Kegiatan ini melibatkan mitra UMKM yang menghadapi tantangan dalam hal manajemen dan pengelolaan promosi. Salah satu kegiatan inti dalam program ini ialah pendampingan intensif kepada UMKM secara langsung, yang meliputi sosialisasi konsep digital marketing dan implementasi praktis berupa pendaftaran usaha di platform Google Maps. Sebagai tulang punggung perekonomian nasional, UMKM yang didefinisikan dalam UU No. 20 Tahun 2008 memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan melibatkan hampir seluruh sektor ekonomi, UMKM menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi, terutama bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah.

Kegiatan pendampingan diawali dengan memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM mengenai analisis pasar produk, berbagai strategi pemasaran, baik secara konvensional maupun digital. Contoh strategi manual adalah beriklan secara langsung kepada masyarakat dengan cara membagikan brosur. Sedangkan dari strategi digital contohnya adalah strategi pemasaran yang menggunakan media sosial yang ada seperti Whatsapp, Instagram dan Facebook. Namun pertumbuhan pesat dunia digital telah melahirkan berbagai ide kreatif dalam beriklan, termasuk penggunaan Google Maps sebagai salah satu platform promosi yang efektif.

Tabel 1. Lokasi Titik Google Maps Yang Di Daftarkan

No	Nama Usaha	Media Promosi	Penggunaan Google Maps
1	Jamu Herbal Bu UUN	WA	Ya
2	Elly Catering	FB, WA	Ya
3	Tempe Barokah Ibu Juminah	WA	Ya
4	Risol Mayo Bunda Ovi	IG, WA	Ya
5	Kerupuk Sumber Rasa	WA	Ya



Gambar 1. Sosialisasi Dan Bimbingan Aplikasi Google Maps



Gambar 2. Mahasiswa Mengunjungi Usaha Secara Langsung

Peningkatan visibilitas usaha menjadi salah satu dampak paling nyata dari kegiatan ini. Setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM berhasil mendaftarkan usaha mereka di Google Maps, yang memungkinkan mereka untuk lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Penelitian Insani et al., (2022) menunjukkan bahwa UMKM yang terdaftar di Google Maps mengalami peningkatan jumlah pengunjung dan interaksi dengan pelanggan. Hal ini sejalan dengan Supriono et al. (2024) yang mencatat bahwa penggunaan Google Maps sebagai media promosi dapat meningkatkan aksesibilitas usaha, sehingga menarik lebih banyak pelanggan.

Kedua, pemahaman pelaku UMKM tentang digital marketing juga mengalami peningkatan yang signifikan. Melalui sosialisasi dan diskusi interaktif, peserta diberikan pengetahuan tentang konsep branding, pemasaran digital, dan cara mengelola informasi usaha di Google Maps. Mariam & Ramli (2023) mencatat bahwa pelatihan yang melibatkan praktik langsung membantu peserta untuk lebih memahami cara menerapkan strategi pemasaran

digital dalam usaha mereka. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM merasa lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan produk mereka.

Ketiga, terkait dengan penjualan, meskipun data kuantitatif mengenai peningkatan penjualan belum sepenuhnya terukur dalam jangka pendek, umpan balik dari pelaku UMKM menunjukkan adanya harapan untuk peningkatan pendapatan. Dengan meningkatnya visibilitas dan pemahaman tentang pemasaran digital, pelaku UMKM optimis bahwa usaha mereka akan menarik lebih banyak pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan. Penelitian Insani et al. (2022) mendukung klaim ini dengan menunjukkan bahwa UMKM yang aktif menggunakan Google Maps melaporkan peningkatan dalam penjualan setelah beberapa bulan terdaftar.

Sebelum pendampingan, pelaku UMKM di Desa Singaraja umumnya memiliki pengetahuan yang terbatas tentang digital marketing dan penggunaan media sosial. Banyak dari mereka yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti pemasangan spanduk dan pembagian brosur, yang dinilai kurang efektif dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas (Insani et al., 2022). Selain itu, penggunaan Google Maps sebagai alat promosi hampir tidak ada, sehingga visibilitas usaha mereka di dunia digital sangat rendah.

Setelah pendampingan, terjadi perubahan signifikan dalam pengetahuan dan praktik pelaku UMKM. Mereka kini lebih memahami konsep digital marketing dan pentingnya branding untuk usaha mereka. Pelatihan yang diberikan tidak hanya mencakup teori, tetapi juga praktik langsung dalam mendaftarkan usaha mereka di Google Maps dan mengelola informasi usaha (Insani et al., 2022). Hasil evaluasi menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM mulai aktif menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, yang sebelumnya tidak mereka lakukan. Dengan meningkatnya pemahaman dan keterampilan ini, efektivitas promosi mereka juga meningkat, yang diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan.

Selama pelaksanaan kegiatan, kelompok pengabdian menghadapi beberapa tantangan, terutama dalam mengedukasi pelaku UMKM tentang penggunaan Google Maps dan media sosial. Salah satu hambatan utama adalah tingkat literasi digital yang bervariasi di antara pelaku UMKM. Beberapa peserta merasa kesulitan dalam memahami cara mendaftar dan mengelola informasi usaha di Google Maps, yang dapat menghambat proses pembelajaran (Insani et al., 2022). Untuk mengatasi tantangan ini, kelompok pengabdian menerapkan pendekatan yang lebih interaktif, seperti memberikan demonstrasi langsung dan menyediakan

materi pelatihan yang mudah dipahami. Selain itu, pendampingan dilakukan secara door-to-door untuk memberikan perhatian lebih kepada setiap pelaku UMKM, sehingga mereka dapat belajar dengan lebih nyaman dan efektif (Ningtyas & Kusuma, 2024).

Respon dari mitra UMKM terhadap kegiatan pengabdian ini umumnya sangat positif. Banyak pelaku UMKM yang mengungkapkan rasa terima kasih atas pelatihan yang diberikan, karena mereka merasa lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk usaha mereka. Umpulan yang diterima menunjukkan bahwa mereka merasa lebih siap untuk bersaing di pasar yang semakin digital (Insani et al., 2022). Selain itu, beberapa mitra juga menyatakan bahwa mereka telah mulai melihat peningkatan dalam jumlah pelanggan dan interaksi setelah menerapkan strategi yang diajarkan selama pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga dampak nyata bagi perkembangan usaha mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM di Desa Singaraja. Peningkatan visibilitas usaha, pemahaman tentang digital marketing, dan harapan untuk peningkatan penjualan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan telah berhasil memenuhi tujuan awal kegiatan. Namun, untuk memastikan keberlanjutan dampak ini, perlu adanya tindak lanjut dan dukungan berkelanjutan dari pihak terkait, seperti pemerintah daerah dan lembaga pendidikan, agar pelaku UMKM dapat terus mengembangkan usaha mereka dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Singaraja telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan aplikasi Google Maps sebagai alat pemasaran digital. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam visibilitas usaha, pemahaman tentang digital marketing, dan harapan untuk peningkatan penjualan di kalangan pelaku UMKM. Meskipun tantangan dalam literasi digital masih ada, pendekatan interaktif dan pendampingan langsung telah terbukti efektif dalam mengatasi hambatan tersebut. Untuk kegiatan pengabdian berikutnya, disarankan agar kelompok pengabdian memperluas materi pelatihan dengan menambahkan topik tentang penggunaan media sosial dan strategi pemasaran digital lainnya, serta menyediakan dukungan berkelanjutan pasca-pelatihan. Hal ini diharapkan dapat lebih memperkuat daya saing UMKM di era digital dan memastikan

keberlanjutan dampak positif dari kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Ucapan Terima Kasih

Alhamdulillah, artikel "Pemanfaatan Apikasi Google Maps Sebagai Upaya Branding UMKM Di Desa Singaraja Kabupaten Indramayu" ini telah selesai disusun. Terima kasih kepada Bapak Ulinniam atas bimbingannya dalam penyusunan artikel. Kami juga berterima kasih kepada Ibu Suaebah (Kepala Desa Singaraja) atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan KKN. Terima kasih pada anggota tim KKN yang bekerja keras dan solid dalam menyusun artikel ini, serta pada masyarakat desa, tokoh masyarakat, atas bantuan dan kerjasamanya.

Daftar Pustaka

Fujiono, Zabadi, F., Hanayanti, C. S., & Rahmawati, R. R. (2023). Pemanfaatan Google-Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran produk UMKM di desa Bunder. *J-Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(2), 89–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.29100/j-adimas.v11i2.4954>

Haq, A. A., Ilmi, A., Jannah, M., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., Hardiansah, R., & Saputra, R. (2024). Pemanfaatan Google Maps Sebagai Sarana Pemetaan UMKM dan Fasilitas Umum di Desa Pasinan Kecamatan Lekok. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4), 67–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.59024/faedah.v2i4.1083>

Insani, S. F., Syahrial, Y., & Putra, A. P. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari. *Warta LPM* Media Informasi Dan Komunikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 25(1), 44–56. <https://doi.org/10.23917/warta.v25i1.596>

Kementerian Keuangan RI. (2023). *Kontribusi UMKM terhadap PDB*. <https://djpdb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>

Mariam, S., & Ramli, A. H. (2023). Digital Marketing Unggul Untuk Peningkatan Pemasaran Umkm di Kota Jakarta Barat. *Indonesian C Ollaboration Journal of Community Services*, 3(4), 379–390. <https://doi.org/https://doi.org/10.53067/icjcs.v3i4>

Ningtyas, A. K., & Kusuma, Y. B. (2024). Peranan Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Usaha Dan Akses Pasar Pedagang SWK Urip Sumoharjo. *Journal of*

Creative Student Research, 2(4), 103–116.

<https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v2i4.4006>

Noviyanti, N., & Putra, I. M. (2023). Dampak Perbaikan Jalan Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Klumpang Kebun Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Darma Agung*, 31(3), 178–197.
<https://doi.org/10.46930/ojsuda.v31i3.3418>

Oktiana, S., Hardi, E. A., & Putriana, M. (2024). Analisis Etos Kerja Islam Pada UMKM Rumah Produksi Olis Kota Jambi. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 308–324.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i1.806>

Rizqiawan, H., Novianto, I., & Indrawati, T. (2023). Efektivitas Google Maps Sebagai Fungsi Promosi dan Media EWOM pada Pelaku Usaha Kuliner Surabaya. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 4(2), 153–165.
<https://doi.org/10.33476/jobs.v4i2.4139>

Septi, S. D. N., & Ariesey, R. R. (2024). Pemanfaat Google Maps Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(2), 2250–2255.
<https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2365>

Supriono, A., Aulyiana, S., Kusmiati, A., Suciati, L. P., Damascena, C. R., & Maharani, A. D. (2024). Edukasi pemasaran online menggunakan google maps kepada pelaku usaha di desa Tanjung Kamal. *Integritas: Jurnal Pengabdian*, 8(1), 222–231.
<https://doi.org/10.36841/integritas.v8i1.4268>