

Penguatan Identitas dan Digitalisasi UMKM melalui Pemetaan Usaha Berbasis Google Maps di Desa Doreng, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Demak

**Latifani Vita Pramesti¹, Muhammad Luthfi Jauhari², Saviola Haya Tjahyadi³,
Ahmad Aunur Rohman⁴**

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Indonesia

Received : 31 Agustus 2026, Revised : 14 September 2026, Published : 22 September 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Latifani Vita Pramesti

E-mail: 23050560029@student.walisongo.ac.id

Abstrak

Transformasi digital menjadi kebutuhan penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan keterlihatan dan aksesibilitas informasi usaha. Permasalahan di Desa Doreng, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Demak, adalah belum meratanya keberadaan lokasi UMKM pada platform digital, khususnya Google Maps, sehingga sebagian usaha sulit ditemukan melalui pencarian berbasis lokasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memetakan 30 UMKM Desa Doreng melalui Google Maps dan menyediakan informasi lokasi yang sesuai dengan kondisi aktual. Kegiatan dilaksanakan pada 27 Juli–13 Agustus 2026 menggunakan pendekatan partisipatif melalui empat tahapan, yaitu identifikasi dan observasi, pengumpulan dan validasi data, pemetaan digital, serta monitoring dan evaluasi. Hasil menunjukkan bahwa sebelum pendampingan, 10 dari 30 UMKM telah terpetakan, sedangkan 20 UMKM belum memiliki keberadaan pada Google Maps. Setelah pendampingan, seluruh 30 UMKM berhasil dipetakan sehingga cakupan meningkat dari 33,3% menjadi 100%. Luaran kegiatan berupa basis informasi lokasi UMKM yang telah diperiksa kesesuaiannya dengan kondisi lapangan. Pendekatan field-verified digital mapping mengintegrasikan identifikasi lapangan, validasi bersama pelaku usaha, pemetaan, dan monitoring untuk membangun keberadaan digital UMKM perdesaan. Capaian terbatas pada aspek keberadaan dan kualitas informasi digital sehingga belum menunjukkan dampak terhadap kinerja ekonomi UMKM.

Kata kunci – google maps, pemetaan digital, UMKM

Abstract

Digital transformation has become an important need for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to improve business visibility and information accessibility. The main issue identified in Doreng Village, Wonosalam District, Demak Regency, was the uneven availability of MSME locations on digital platforms, particularly Google Maps, making some businesses difficult to find through location-based searches. This community service activity aimed to map 30 MSMEs in Doreng Village through Google Maps and provide location information that corresponds to actual field conditions. The activity was conducted from July 27 to August 13, 2026, using a participatory approach through four stages: identification and observation, data collection and validation, digital mapping, and monitoring and evaluation. The results showed that before the intervention, 10 of the 30 MSMEs had been mapped, while 20 had no presence on Google Maps. Following the intervention, all 30 MSMEs were successfully mapped, increasing mapping coverage from 33.3% to 100%. The output was a digital location information database that had been verified against actual field conditions. The field-verified digital mapping approach integrates field identification, validation with business owners, digital mapping, and monitoring to

establish the digital presence of rural MSMEs. The outcomes were limited to digital presence and information quality and did not demonstrate impacts on MSME economic performance.

Keywords - google maps, digital mapping, MSMEs

How To Cite : Pramesti, L. V., Jauhari, M. L., Tjahyadi, S. H., & Rohman, A. A. (2026). Penguatan Identitas dan Digitalisasi UMKM melalui Pemetaan Usaha Berbasis Google Maps di Desa Doreng, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Demak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 4(7), 3953 - 3963. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v4i7.5135>
Copyright ©2026 Latifani Vita Pramesti, Muhammad Luthfi Jauhari, Saviola Haya Tjahyadi, Ahmad Aunur Rohman

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu komponen penting dalam struktur perekonomian Indonesia karena berperan dalam menciptakan aktivitas ekonomi, menyediakan lapangan kerja, dan mendukung pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) (Cantika & Azzahrah, 2026; Humas Kementerian UMKM, 2026). Data pemerintah menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Aprilia et al., 2025; Darmawan, 2026; Prakoso, 2025). Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan dan penguatan UMKM memiliki keterkaitan erat dengan pengembangan ekonomi masyarakat, termasuk di wilayah perdesaan (Aprilia et al., 2025; Darmawan, 2026; Sinha et al., 2024). Dalam perkembangannya, perubahan perilaku konsumen dan meningkatnya pemanfaatan teknologi digital mendorong pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan cara yang lebih mudah dan relevan dengan kapasitas usaha (Rahmanida et al., 2025; Ramadani et al., 2025; Santoso et al., 2026). Salah satu kebutuhan yang semakin penting adalah kemampuan usaha untuk dapat ditemukan oleh konsumen melalui pencarian digital. UMKM yang telah memiliki produk dan lokasi usaha secara fisik, tetapi belum memiliki informasi lokasi yang mudah ditemukan secara daring, berpotensi memiliki keterbatasan dalam menjangkau konsumen di luar lingkungan geografisnya (Yuningsih et al., 2025).

Keterlihatan lokasi usaha menjadi salah satu persoalan yang perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM di wilayah perdesaan. Konsumen membutuhkan informasi yang mudah diakses untuk mengetahui keberadaan suatu usaha, termasuk lokasi, nama usaha, dan informasi pendukung lainnya (Santoso et al., 2026). Dalam kondisi tersebut, pemanfaatan platform pemetaan digital dapat menjadi alternatif untuk menghubungkan keberadaan usaha secara fisik dengan konsumen pada ruang digital (Kubra et al., 2025). Google Maps merupakan salah satu platform yang memungkinkan lokasi usaha ditampilkan dalam bentuk titik pada peta digital dan dapat ditemukan melalui pencarian (Phuangsuwan et al., 2024). Selain informasi lokasi, profil usaha pada Google Maps dapat dilengkapi dengan informasi seperti nama usaha, alamat, foto, nomor kontak, jam operasional, dan informasi pendukung lainnya (Rahmanida et al., 2025). Kemampuan tersebut menjadikan Google Maps tidak hanya sebagai sarana navigasi, tetapi juga sebagai media untuk meningkatkan keterlihatan dan aksesibilitas informasi mengenai usaha lokal (Hidayah, 2025; Rahmanida et al., 2025; Sitanggang et al., 2025). Kondisi tersebut relevan dengan UMKM di Desa Doreng, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Demak. Berdasarkan hasil identifikasi dan observasi awal terhadap UMKM di desa tersebut, ditemukan 30 UMKM dengan bidang usaha yang beragam, tetapi hanya 10 UMKM yang telah memiliki keberadaan pada Google Maps, sedangkan 20 UMKM belum tercantum pada platform tersebut. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara keberadaan usaha secara fisik dengan keterlihatan usaha pada ruang digital. Bagi UMKM yang berada di wilayah perdesaan, keterbatasan informasi lokasi dapat menjadi hambatan awal bagi masyarakat di luar lingkungan sekitar untuk menemukan keberadaan usaha melalui pencarian berbasis lokasi (Setianingsih et al., 2025).

Pemanfaatan Google Maps sebagai media pemetaan usaha telah dikaji dalam berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat (Himla et al., 2024; Salsyabillah et al., 2025). Hidayah (2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps dapat mendukung peningkatan visibilitas UMKM dan membantu usaha lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Sitanggang et al. (2025)

menemukan bahwa pendampingan pendaftaran usaha pada Google Maps dapat membantu pelaku UMKM membangun keberadaan usaha secara digital serta mempermudah konsumen memperoleh informasi mengenai lokasi usaha. Ramadhani dan Puspitasari (2025) menunjukkan bahwa optimalisasi lokasi usaha melalui Google Maps dapat mendukung aksesibilitas bisnis dan proses transformasi digital UMKM di wilayah perdesaan. Sementara itu, Pontoh et al. (2025) menerapkan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan Google Maps sebagai bagian dari digitalisasi pemasaran UMKM. Rahmanida et al. (2025) juga menunjukkan bahwa digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps dapat mendukung aksesibilitas informasi dan memperluas jangkauan konsumen. Temuan lain pada kegiatan pemetaan UMKM di Desa Buko, Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak, menunjukkan bahwa pemetaan usaha melalui Google Maps yang dilengkapi dengan informasi berupa foto, deskripsi produk, dan kontak dapat digunakan untuk memperkenalkan keberadaan UMKM kepada masyarakat secara lebih luas (Widiastuti et al., 2026). Berbagai hasil tersebut memperlihatkan bahwa Google Maps memiliki potensi sebagai instrumen yang relatif sederhana untuk membantu UMKM membangun keberadaan lokasi usaha dalam ruang digital.

Meskipun demikian, pemanfaatan Google Maps dalam kegiatan digitalisasi UMKM masih menghadapi persoalan pada tahap implementasi. Pemetaan lokasi usaha tidak hanya membutuhkan pencantuman titik koordinat, tetapi juga memerlukan proses identifikasi unit usaha, pengumpulan informasi, verifikasi lokasi, dan pendampingan kepada pelaku usaha (Yuningsih et al., 2025). Permasalahan tersebut menjadi penting karena informasi yang tidak lengkap, tidak akurat, atau tidak sesuai dengan kondisi aktual dapat membatasi fungsi Google Maps sebagai sumber informasi bagi konsumen. Di sisi lain, penelitian terdahulu cenderung menempatkan Google Maps sebagai media pendaftaran, promosi, atau peningkatan visibilitas usaha, sedangkan pendekatan yang memandang pemetaan sebagai proses pembangunan basis informasi UMKM yang terstruktur dan terverifikasi pada tingkat desa masih memerlukan penguatan (Hidayah, 2025; Pontoh et al., 2025; Rahmanida et al., 2025; Ramadhani & Puspitasari, 2025; Sitanggang et al., 2025; Widiastuti et al., 2026). Ruang penguatan masih terdapat pada pendekatan pemetaan yang memosisikan identifikasi lapangan, validasi informasi bersama pelaku usaha, pemetaan digital, dan monitoring sebagai satu rangkaian untuk membangun basis informasi UMKM yang terstruktur dan terverifikasi pada tingkat desa. Atas dasar tersebut, kegiatan ini menggunakan pendekatan *field-verified digital mapping*, yaitu proses yang menghubungkan kondisi usaha di lapangan dengan penyusunan, verifikasi, dan pemetaan profil digital UMKM. Pendekatan ini diarahkan untuk menghasilkan informasi lokasi usaha yang lebih sesuai dengan kondisi aktual dan dapat menjadi basis informasi digital UMKM pada tingkat desa.

Desa Doreng, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Demak, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi UMKM untuk dikembangkan melalui pemanfaatan Google Maps. Berdasarkan hasil observasi, koordinasi dengan Pemerintah Desa Doreng, dan identifikasi langsung terhadap pelaku usaha, ditemukan sebanyak 30 UMKM dengan bidang usaha yang beragam. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian UMKM belum memiliki keberadaan lokasi usaha yang memadai pada Google Maps. Informasi mengenai lokasi usaha juga belum terdokumentasi secara terstruktur sehingga konsumen, khususnya masyarakat dari luar lingkungan sekitar, belum memperoleh akses yang optimal untuk menemukan keberadaan UMKM melalui pencarian digital. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara keberadaan UMKM secara fisik dengan keterlihatan lokasi usaha secara digital. Potensi ekonomi yang telah berkembang di tingkat lokal belum sepenuhnya didukung oleh informasi lokasi yang mudah ditemukan dan diakses melalui platform digital.

Permasalahan tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan pemetaan UMKM berbasis Google Maps di Desa Doreng. Kegiatan dirancang melalui tahapan identifikasi UMKM, pendataan informasi usaha, observasi dan verifikasi lokasi, serta pencantuman titik lokasi dan informasi pendukung pada Google Maps. Pendekatan tersebut diarahkan untuk menghasilkan pemetaan lokasi UMKM yang sesuai dengan kondisi aktual di lapangan dan dapat diakses oleh masyarakat melalui pencarian digital. Dengan berfokus pada pemetaan lokasi, kegiatan ini tidak menempatkan Google Maps sekadar sebagai

media promosi, tetapi sebagai instrumen untuk membangun basis informasi digital mengenai keberadaan UMKM pada tingkat desa. Basis informasi tersebut diharapkan dapat menjadi sarana yang mempermudah masyarakat dalam menemukan lokasi usaha sekaligus memperkenalkan potensi ekonomi lokal Desa Doreng.

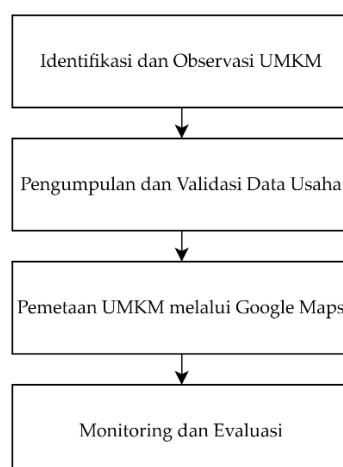
Berdasarkan permasalahan tersebut, Divisi Ekonomi Kreatif KKN MIT Ke-22 Posko 122 UIN Walisongo Semarang dengan bimbingan dan arahan Dosen Pembimbing Lapangan melaksanakan kegiatan pemetaan UMKM berbasis Google Maps di Desa Doreng, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Demak. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memetakan lokasi 30 UMKM Desa Doreng ke dalam Google Maps serta menyediakan informasi usaha yang dapat diakses secara digital oleh masyarakat. Solusi yang ditawarkan berupa pendataan UMKM, verifikasi informasi dan lokasi usaha, pencantuman titik lokasi, serta pengisian informasi pendukung pada Google Maps. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterlihatan lokasi UMKM, mempermudah masyarakat dalam menemukan keberadaan usaha, dan menyediakan basis informasi digital mengenai potensi UMKM Desa Doreng. Luaran kegiatan berupa pemetaan 30 UMKM pada Google Maps yang dilengkapi dengan informasi lokasi dan informasi pendukung usaha sebagai bentuk penguatan aksesibilitas UMKM pada ruang digital.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan bagian dari Kuliah Kerja Nyata Mandiri Inisiatif Terprogram (KKN MIT) Ke-22 UIN Walisongo Semarang yang dilaksanakan oleh mahasiswa Posko 122 melalui Divisi Ekonomi Kreatif di bawah bimbingan Dosen Pembimbing Lapangan. Kegiatan dilaksanakan di Desa Doreng, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Demak, Jawa Tengah, pada 27 Juli–13 Agustus 2026. Sasaran kegiatan adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Doreng yang ditentukan melalui koordinasi dengan Pemerintah Desa Doreng dan identifikasi lapangan. Hasil identifikasi awal menunjukkan terdapat 30 UMKM yang menjadi sasaran pemetaan digital.

Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif melalui pendampingan langsung, dengan melibatkan pelaku UMKM dalam penyediaan dan konfirmasi informasi usaha. Mahasiswa berperan sebagai fasilitator dalam proses identifikasi, validasi, pemetaan, dan monitoring. Pendekatan ini digunakan untuk memastikan informasi yang ditampilkan pada Google Maps sesuai dengan kondisi aktual usaha.

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas empat tahapan, yaitu identifikasi dan observasi, pengumpulan dan validasi data, pemetaan melalui Google Maps, serta monitoring dan evaluasi. Alur kegiatan disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Pelaksanaan Kegiatan

Identifikasi dan observasi UMKM dilaksanakan pada 27–31 Juli 2026 melalui koordinasi dengan Pemerintah Desa Doreng, observasi langsung, dan wawancara dengan pelaku usaha. Informasi yang diidentifikasi meliputi nama usaha, jenis usaha, lokasi, kondisi akses menuju lokasi, serta keberadaan usaha pada Google Maps. Data kondisi awal dicatat menggunakan Form Identifikasi UMKM sebagai dasar penentuan sasaran dan kebutuhan pemetaan digital.

Data usaha dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi langsung di lokasi. Informasi yang dikumpulkan meliputi nama usaha, kategori, alamat, titik lokasi, nomor kontak apabila tersedia, serta foto usaha dan produk. Titik lokasi ditentukan berdasarkan posisi aktual UMKM di lapangan. Selanjutnya, informasi usaha dikonfirmasi kepada pemilik menggunakan Form Validasi Data UMKM untuk memastikan kesesuaian nama, kategori, alamat, lokasi, dan informasi pendukung sebelum digunakan dalam pemetaan.

Pemetaan dilakukan dengan mendampingi pelaku UMKM dalam memasukkan informasi usaha berdasarkan data yang telah divalidasi. Informasi yang ditampilkan meliputi nama usaha, kategori, alamat, titik lokasi, foto, dan kontak sesuai ketersediaan data. Titik lokasi disesuaikan dengan posisi aktual usaha, sedangkan informasi profil mengacu pada data yang telah dikonfirmasi. Pendampingan diberikan secara langsung dengan menyesuaikan kemampuan digital pelaku UMKM.

Monitoring dilaksanakan pada 8–13 Agustus 2026 melalui kunjungan kembali kepada UMKM sasaran. Monitoring dilakukan untuk memverifikasi hasil pemetaan dengan membandingkan informasi pada profil Google Maps dan kondisi aktual di lapangan. Aspek yang diperiksa meliputi keberadaan profil, ketepatan titik lokasi, kesesuaian nama dan alamat, kesesuaian kategori, serta ketersediaan informasi pendukung berupa foto dan kontak apabila tersedia. Ketidaksesuaian yang ditemukan dicatat dan diperbaiki sebagai bagian dari proses evaluasi.

Kegiatan menggunakan tiga instrumen yang disesuaikan dengan tahapan pelaksanaan, yaitu Form Identifikasi UMKM, Form Validasi Data UMKM, dan Checklist Monitoring Hasil Pemetaan. Form Identifikasi UMKM digunakan pada tahap awal untuk mencatat kondisi dan keberadaan usaha. Form Validasi Data UMKM digunakan pada tahap pengumpulan data untuk mengonfirmasi kesesuaian informasi usaha dengan kondisi aktual dan keterangan pemilik. Checklist Monitoring Hasil Pemetaan digunakan setelah pemetaan untuk mengevaluasi kualitas profil digital melalui pengecekan Google Maps dan kunjungan lapangan.

Tabel 1. Instrumen dan Indikator Evaluasi

Instrumen	Tahap	Indikator yang Dicatat	Sumber Data
Form Identifikasi UMKM	Identifikasi dan observasi	Nama usaha, jenis usaha, lokasi, kondisi akses, dan status keberadaan pada Google Maps.	Observasi dan wawancara.
Form Validasi Data UMKM	Pengumpulan dan validasi	Nama, kategori, alamat, titik lokasi, kontak, serta dokumentasi usaha dan produk.	Wawancara, observasi, dan konfirmasi pemilik.
Checklist Monitoring Hasil Pemetaan	Monitoring dan evaluasi	Keberadaan profil, ketepatan titik lokasi, kesesuaian nama, alamat, kategori, serta informasi pendukung.	Google Maps dan pengecekan lapangan.

Sumber: Data primer, 2026

Data dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan. Kondisi awal diperoleh melalui Form Identifikasi UMKM, sedangkan kondisi setelah pemetaan diperoleh melalui Checklist Monitoring Hasil Pemetaan. Keberhasilan kegiatan ditentukan berdasarkan tercapainya tiga indikator utama, yaitu (1) seluruh UMKM sasaran teridentifikasi, (2)

informasi usaha tervalidasi sebelum pemetaan, dan (3) profil digital yang dipetakan memiliki titik lokasi dan informasi utama yang sesuai dengan kondisi aktual berdasarkan hasil monitoring. Apabila seluruh 30 UMKM berhasil memenuhi indikator pemetaan, tingkat capaian program dihitung dengan persamaan:

$$\text{Tingkat capaian} = (\text{Jumlah UMKM yang memenuhi indikator} / 30 \text{ UMKM sasaran}) \times 100$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan pemetaan digital dilaksanakan terhadap 30 UMKM di Desa Doreng, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Demak. Identifikasi awal menggunakan Form Identifikasi UMKM melalui observasi dan wawancara pada 27–31 Juli 2026. Instrumen tersebut digunakan untuk mencatat keberadaan usaha, jenis usaha, lokasi, kondisi akses menuju lokasi, serta status keberadaan usaha pada Google Maps.

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa dari 30 UMKM sasaran, 10 UMKM telah memiliki keberadaan pada Google Maps, sedangkan 20 UMKM belum tercantum pada platform tersebut. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara keberadaan usaha secara faktual dengan keterwakilannya dalam ruang digital. Kesenjangan terutama terlihat pada UMKM yang secara fisik telah beroperasi, tetapi belum memiliki informasi lokasi yang dapat ditemukan melalui layanan pencarian berbasis lokasi. Temuan tersebut menjadi dasar pelaksanaan pemetaan digital. Identifikasi tidak hanya digunakan untuk menentukan jumlah sasaran, tetapi juga untuk memperoleh kondisi awal yang selanjutnya dibandingkan dengan hasil pemetaan dan monitoring. Dengan demikian, perubahan cakupan keberadaan digital dapat ditelusuri berdasarkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan.



Gambar 2. Observasi dan identifikasi kondisi UMKM Desa Doreng

Hasil identifikasi dilanjutkan dengan pengumpulan dan validasi informasi menggunakan Form Validasi Data UMKM. Data yang dikumpulkan meliputi nama usaha, kategori, alamat, titik lokasi, nomor kontak apabila tersedia, serta foto usaha dan produk. Pengumpulan dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi langsung pada lokasi usaha.

Validasi dilakukan dengan mencocokkan informasi yang diperoleh dari observasi dengan keterangan pemilik usaha serta posisi aktual UMKM di lapangan. Nama usaha, kategori, alamat, dan titik lokasi dikonfirmasi sebelum digunakan dalam pemetaan. Mekanisme tersebut menghasilkan basis data yang telah diperiksa sebelum ditampilkan dalam profil digital.

Tahap validasi menjadi penting karena informasi lokasi yang tidak sesuai dapat mengurangi fungsi Google Maps sebagai sumber informasi bagi konsumen. Dalam konteks pemetaan UMKM tingkat desa, keberadaan titik lokasi saja belum cukup untuk menghasilkan informasi digital yang

dapat digunakan. Kesesuaian antara identitas usaha, informasi lokasi, dan kondisi aktual menjadi prasyarat agar profil digital merepresentasikan usaha yang sebenarnya.

Data yang telah divalidasi digunakan sebagai dasar pendampingan pemetaan melalui Google Maps. Pelaku UMKM dilibatkan dalam pemeriksaan informasi usaha, sedangkan mahasiswa membantu proses pemetaan dan penyesuaian informasi sesuai kemampuan digital masing-masing pelaku usaha.

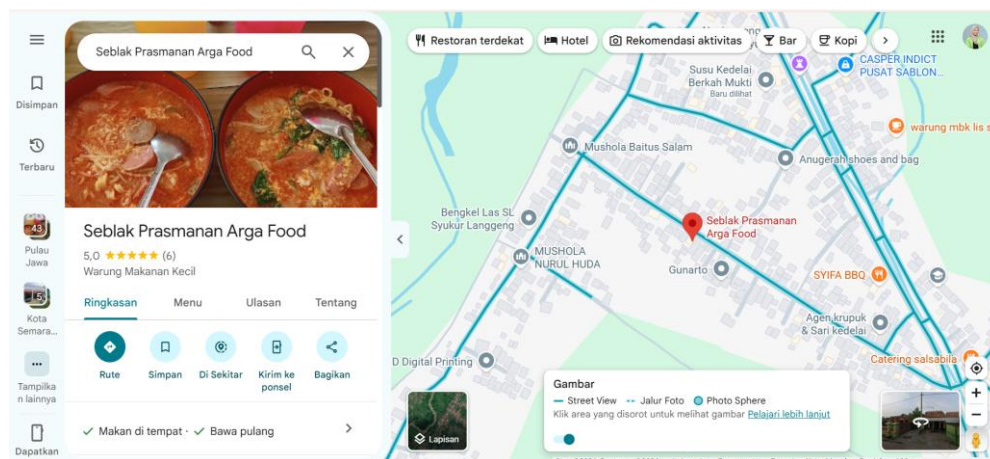
Tabel 2. Perubahan Keberadaan UMKM pada Google Maps Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Indikator	Sebelum	Sesudah	Perubahan
Jumlah UMKM sasaran	30	30	-
UMKM yang telah terpetakan	10	30	+20
UMKM yang belum terpetakan	20	0	-20
Cakupan pemetaan	33,3%	100%	+66,7 poin persentase

Sumber: Data primer, 2026

Berdasarkan Tabel 2, peningkatan dari 10 menjadi 30 UMKM menunjukkan bahwa seluruh UMKM sasaran telah memperoleh keberadaan digital pada Google Maps. Capaian tersebut sekaligus menunjukkan bahwa 20 UMKM yang sebelumnya belum memiliki keberadaan pada platform berhasil dipetakan melalui pendampingan. Perubahan ini merupakan luaran utama yang dapat diverifikasi secara langsung dari kegiatan karena status keberadaan usaha pada Google Maps dapat diamati sebelum dan setelah intervensi.

Hasil pemetaan juga menunjukkan bahwa intervensi yang dilakukan tidak berhenti pada pencantuman titik lokasi. Mahasiswa memastikan informasi yang digunakan dalam pemetaan berasal dari hasil observasi dan konfirmasi dengan pelaku usaha. Titik lokasi ditentukan berdasarkan posisi aktual usaha di lapangan, sedangkan informasi pendukung dimasukkan berdasarkan data yang telah diverifikasi. Dengan mekanisme tersebut, proses pemetaan diarahkan untuk menghasilkan informasi lokasi yang relevan dan sesuai dengan kondisi faktual.



Gambar 3. Hasil pemetaan lokasi UMKM Desa Doreng pada Google Maps setelah pendampingan

Gambar 3 memperlihatkan luaran digital yang dihasilkan melalui kegiatan. Keberadaan profil UMKM pada Google Maps memberikan representasi lokasi usaha yang sebelumnya belum tersedia bagi 20 UMKM sasaran. Luaran tersebut dapat diverifikasi melalui keberadaan profil dan titik lokasi pada platform setelah proses pendampingan.

Keberhasilan kegiatan tidak hanya dinilai berdasarkan jumlah UMKM yang berhasil dipetakan. Checklist Monitoring Hasil Pemetaan digunakan pada 8–13 Agustus 2026 untuk memeriksa

kesesuaian profil digital dengan kondisi aktual melalui pengecekan Google Maps dan kunjungan kembali ke lokasi usaha. Aspek yang diperiksa meliputi keberadaan profil, ketepatan titik lokasi, kesesuaian nama, alamat, kategori, serta ketersediaan informasi pendukung berupa foto dan kontak apabila tersedia.

Hasil monitoring menunjukkan bahwa 30 UMKM yang menjadi sasaran telah memiliki profil pada Google Maps dan titik lokasi diperiksa kembali berdasarkan kondisi aktual di lapangan. Informasi yang ditemukan tidak sesuai diperbaiki berdasarkan hasil pengecekan dan konfirmasi dengan pelaku usaha. Oleh karena itu, monitoring berfungsi sebagai tahap pengendalian kualitas untuk memastikan hasil pemetaan tidak berhenti pada pencantuman lokasi, tetapi memiliki kesesuaian dengan informasi usaha yang telah diverifikasi.

Tabel 3. Ketercapaian Indikator Keberhasilan Program

Indikator Keberhasilan	Target	Hasil	Keterangan
Identifikasi UMKM sasaran	30 UMKM	30 UMKM	Tercapai
Validasi data usaha	30 UMKM	30 UMKM	Tercapai
Pemetaan lokasi pada Google Maps	30 UMKM	30 UMKM	Tercapai
Kesesuaian titik lokasi	30 UMKM	Diverifikasi melalui observasi lapangan.	Tercapai
Informasi pendukung usaha	Sesuai data tersedia.	Diinput berdasarkan hasil verifikasi.	Tercapai

Sumber: Data primer, 2026

Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga instrumen memiliki fungsi yang saling melengkapi. Form Identifikasi UMKM menghasilkan data kondisi awal, Form Validasi Data UMKM memastikan kesesuaian informasi sebelum pemetaan, sedangkan Checklist Monitoring Hasil Pemetaan digunakan untuk memeriksa hasil setelah intervensi. Rangkaian tersebut membentuk mekanisme pemetaan berbasis verifikasi lapangan yang memungkinkan perubahan keberadaan digital ditelusuri dari kondisi awal hingga hasil akhir.

Peningkatan cakupan pemetaan dari 33,3% menjadi 100% menunjukkan bahwa hambatan utama pada tahap awal bukan semata-mata ketiadaan aktivitas usaha, tetapi belum terbangunnya representasi lokasi usaha dalam ruang digital. Dua puluh UMKM yang sebelumnya belum tercatat memperoleh keberadaan digital setelah melalui proses identifikasi, validasi, dan pendampingan pemetaan. Dalam konteks UMKM perdesaan, kondisi tersebut relevan karena informasi lokasi merupakan informasi dasar yang diperlukan konsumen untuk menemukan usaha yang berada di luar lingkungan geografis yang telah dikenalnya.

Temuan ini sejalan dengan Hidayah (2025) yang menunjukkan bahwa Google Maps dapat mendukung visibilitas UMKM dan mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha. Sitanggang et al. (2025) juga menunjukkan bahwa pendampingan pemanfaatan Google Maps dapat membantu pelaku UMKM membangun keberadaan usaha secara digital. Hasil kegiatan di Desa Doreng memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa pemetaan dapat diterapkan secara menyeluruh pada tingkat desa ketika prosesnya diawali dengan identifikasi lapangan dan validasi informasi bersama pelaku usaha.

Perbedaan pendekatan kegiatan ini terletak pada penempatan pemetaan sebagai rangkaian proses verifikasi informasi, bukan sebagai aktivitas pencantuman lokasi semata. Identifikasi digunakan untuk memperoleh kondisi awal, validasi memastikan informasi yang akan dipublikasikan sesuai dengan kondisi usaha, sedangkan monitoring digunakan untuk memeriksa kembali hasil pemetaan. Pendekatan tersebut menghasilkan *field-verified digital mapping*, yaitu proses pemetaan yang

menghubungkan informasi usaha yang diperoleh di lapangan dengan representasi digital yang diperiksa kembali setelah pemetaan.

Pendekatan tersebut penting karena terdapat potensi ketidaksesuaian antara informasi digital dan kondisi aktual. Nama usaha, alamat, kategori, maupun titik lokasi yang tidak tepat dapat mengurangi kegunaan informasi bagi pengguna. Oleh karena itu, kualitas pemetaan dalam kegiatan ini tidak hanya dipahami dari keberhasilan menambahkan titik lokasi, tetapi juga dari kesesuaian informasi utama dengan hasil verifikasi lapangan. Hal tersebut menjadi aspek yang membedakan kegiatan dari pendekatan yang hanya berorientasi pada pelatihan penggunaan platform.

Dari sisi implementasi, keterlibatan pelaku UMKM menjadi salah satu faktor pendukung utama. Konfirmasi langsung memungkinkan informasi usaha diperiksa oleh pihak yang mengetahui kondisi usaha secara langsung. Pendampingan mahasiswa juga mengurangi hambatan teknis yang mungkin muncul dalam proses pemetaan. Selain itu, koordinasi dengan Pemerintah Desa membantu proses identifikasi awal dan memperluas cakupan pendataan sehingga pemetaan tidak hanya berfokus pada UMKM yang telah dikenal atau aktif secara digital.

Di sisi lain, kegiatan menghadapi keterbatasan pada keberagaman kemampuan digital pelaku UMKM dan ketersediaan informasi pendukung usaha. Tidak seluruh UMKM memiliki informasi digital yang lengkap, khususnya kontak dan dokumentasi yang dapat digunakan dalam profil. Kondisi tersebut menyebabkan kualitas informasi pendukung bergantung pada data yang tersedia pada masing-masing usaha. Keterbatasan lainnya adalah durasi kegiatan yang relatif singkat sehingga monitoring hanya dapat menggambarkan kondisi segera setelah intervensi dan belum dapat menunjukkan keberlanjutan penggunaan profil oleh pelaku usaha.

Keterbatasan tersebut juga membatasi interpretasi dampak kegiatan. Peningkatan dari 10 menjadi 30 UMKM menunjukkan perubahan pada indikator keberadaan digital, tetapi belum membuktikan peningkatan jumlah pencarian, interaksi pengguna, kunjungan konsumen, penjualan, omzet, atau kinerja ekonomi UMKM. Pengukuran dampak tersebut memerlukan periode observasi yang lebih panjang dan indikator tambahan, seperti jumlah penayangan profil, permintaan rute, interaksi pengguna, kunjungan konsumen, serta perubahan transaksi atau pendapatan.

Kontribusi utama kegiatan ini bukan pada penggunaan Google Maps sebagai teknologi baru, melainkan pada penerapan mekanisme pemetaan berbasis verifikasi lapangan pada seluruh UMKM sasaran tingkat desa. Mekanisme tersebut menghasilkan perubahan yang dapat diverifikasi, yaitu peningkatan cakupan keberadaan digital dari 33,3% menjadi 100%, sekaligus memastikan informasi utama pada profil diperiksa melalui validasi dan monitoring. Model ini dapat menjadi tahap awal bagi pengembangan digitalisasi UMKM yang lebih luas, seperti pengelolaan profil usaha, pembaruan informasi secara berkala, dan pengembangan strategi pemasaran digital.

Keberadaan 30 UMKM pada Google Maps menjadi basis awal yang dapat dikembangkan melalui pemeliharaan informasi secara berkala. Pelaku usaha perlu memperbarui informasi apabila terjadi perubahan alamat, nomor kontak, jam operasional, foto, maupun informasi usaha lainnya. Pemerintah desa juga dapat berperan dalam pemantauan keberlanjutan data UMKM sehingga basis informasi digital yang telah terbentuk tidak berhenti pada saat program berakhir.

Maka dari itu, hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi identifikasi lapangan, validasi bersama pelaku usaha, pemetaan, dan monitoring dapat menghasilkan keberadaan digital UMKM yang lebih luas dan terverifikasi. Capaian tersebut memberikan dasar bagi pengembangan digitalisasi UMKM Desa Doreng pada tahap selanjutnya, meskipun dampak terhadap perilaku konsumen dan kinerja ekonomi masih memerlukan evaluasi lanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pemetaan UMKM berbasis Google Maps di Desa Doreng, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Demak, berhasil mencapai target pemetaan terhadap seluruh 30 UMKM sasaran, dengan peningkatan cakupan keberadaan digital dari 33,3% menjadi 100%, yaitu dari 10

UMKM yang telah terpetakan sebelum kegiatan menjadi 30 UMKM setelah pendampingan. Integrasi identifikasi lapangan, validasi informasi bersama pelaku usaha, pemetaan, dan monitoring menghasilkan basis informasi lokasi UMKM yang telah diperiksa kesesuaiannya dengan kondisi aktual, sehingga dapat menjadi fondasi bagi pengembangan keberadaan digital UMKM pada tingkat desa. Capaian tersebut menunjukkan keberhasilan pada aspek pemetaan dan penyediaan informasi digital, tetapi belum dapat digunakan untuk menyimpulkan peningkatan penjualan, jumlah pelanggan, interaksi konsumen, omzet, maupun kinerja ekonomi UMKM karena indikator tersebut belum diukur dalam kegiatan ini. Keberlanjutan program perlu diarahkan pada pembaruan informasi secara berkala, pemeliharaan profil digital, serta evaluasi lanjutan terhadap penggunaan Google Maps oleh konsumen dan pelaku usaha untuk mengukur dampak pemetaan secara lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada UIN Walisongo Semarang, khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M), atas dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan KKN MIT Ke-22. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Ahmad Aunur Rohman selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama pelaksanaan kegiatan, Pemerintah Desa Doreng atas dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan di lapangan, seluruh mahasiswa KKN MIT Ke-22 Posko 122 UIN Walisongo Semarang, khususnya Divisi Ekonomi Kreatif, atas kontribusi dan kerja sama dalam perencanaan serta pelaksanaan kegiatan, serta para pelaku UMKM Desa Doreng yang telah berpartisipasi aktif dalam proses identifikasi, pendataan, validasi informasi, dan pemetaan lokasi usaha melalui Google Maps.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, N., Subroto, W. T., & Sakti, N. C. (2025). The Role of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Supporting the People's Economy in Indonesia. *International Journal of Research and Scientific Innovation*, XI(XII), 368–376. <https://doi.org/10.51244/IJRSI.2024.11120036>
- Cantika, P., & Azzahrah, N. (2026). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Menggerakkan Ekonomi Indonesia. *Journal of Economics Development Research*, 2(2), 51–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.71094/joeder.v2i2.382>
- Darmawan, D. (2026). Kontribusi UMKM terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Stabilitas Ekonomi Indonesia. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 2(1), 9–16. <https://doi.org/10.66596/dydecr47>
- Hidayah, I. (2025). Peran Google Maps dalam meningkatkan visibilitas UMKM: Studi kasus di Kecamatan Cileungsi, Jawa Barat. *Jurnal Commnova: Communication And Media*, 1(1), 37–41. <https://doi.org/10.37373/jvk.v1i1.1875>
- Himla, F., Pasaribu, R., Hansyah, S., Zai, D., Zahra, P., Jaelani, A., & Zulfria, I. (2024). Digitalisasi UMKM melalui Pemetaan Lokasi di Google Maps: Upaya Peningkatan Aksesibilitas Pasar dalam Program KKN di Desa Timbang Lawan, Dusun VIII. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(3), 01–08. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jpmi.v3i3.6300>
- Humas Kementerian UMKM. (2026). *KemenUMKM Perkuat Integrasi Kebijakan lewat diseminasi ASPI*. Kementerian UMKM Republik Indonesia. <https://umkm.go.id/news/uux7ug7s3insuqaqx69jcsq>
- Kubra, C. A., Alisa, I., Sudepman, Muhammad Tarigan, R., & Aisyah, S. (2025). Optimalisasi Pemetaan Digital untuk Peningkatan Aksesibilitas UMKM melalui Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5(1), 01–13. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v5i1.6012>
- Phuangsuwan, P., Siripipatthanakul, S., Limna, P., & Pariwongkhuntorn, N. (2024). The impact of Google Maps application on the digital economy. *Corporate and Business Strategy Review*, 5(1), 192. <https://doi.org/10.22495/cbsrv5i1art18>

- Pontoh, F. J., Tielung, M. V. J., & Sangkey, R. (2025). Pelatihan Pemanfaatan Google-Maps Sebagai Bentuk Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Woloan Dua. *J-ADIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(1), 117–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.29100/j-adimas.v13i1.7515.g2799>
- Prakoso, R. D. (2025). *Indonesia Bertekad Menjadi Pusat Ekonomi Syariah Dunia Bank Indonesia*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2718725.aspx
- 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), 147–153. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177>
- Ramadani, S., Ramadhani, D. A., Ikrom, M., & Harahap, L. M. (2025). Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 158–166. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183>
- Ramadhani, W. A., & Puspitasari, M. (2025). Mendorong Transformasi Digital UMKM Melalui Optimalisasi Lokasi Usaha Menggunakan Platform Google Maps. *ABDIMA: Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 1(4), 8513–8519.
- Salsyabillah, M., Pranata, A., & Yasmin, R. M. (2025). Peran Google Maps dalam Strategi Promosi dan Penjualan UMKM. *Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(November), 460–470. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/nusantara.v5i4.6957>
- Santoso, N. P. L., Faturahman, A., & Setiawati, S. (2026). Implementation of Local SEO on Google Maps for Increasing Footfall Conversion in Building Store Business. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 186–198. <https://doi.org/10.34306/adimas.v6i2.1482>
- Setianingsih, R., Habibah, U. N., Ardianti, S., & Nurbaiti, N. (2025). Peran Pemetaan Digital (Go Maps) Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal (Studi Kasus Umkm Desa Susuk). *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(1), 20–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jumbiku.v6i1.6308>
- Sinha, K. J., Sinha, S., & Sinha, B. J. (2024). Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises (MSMEs): The Significant Role and Challenges in Indonesia's Economy. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6(3). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i03.20824>
- Sitanggang, N. N. R., Rinardi, M., Nasution, H. Y., & Armin, D. S. (2025). Pendampingan Pendaftaran UMKM di Google Maps sebagai Upaya Peningkatan Visibilitas Usaha di Desa Sempajaya. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 9(3), 561–568. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/5979/4675>
- Widiastuti, Y., Al Azzaqi, D., Nuam, A. L., & Mawadah, S. (2026). Digitalisasi Pemetaan UMKM Berbasis Google Maps Sebagai Media Penguatan Branding Usaha di Desa Buko Kecamatan Wedung Kabupaten Demak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(4), 5660–5667. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i4.1433>
- Yuningsih, Y., Firdaus, L., Febrian, A., & Julianti, D. (2025). Boosting Online Visibility and Brand Awareness for Tarahan Village MSMEs via Google Business Profile and Hands-On Digital Literacy Support. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(4), 1139–1151. <https://doi.org/10.36312/8cd5v625>