

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI DIGITALISASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Anugrah Wing Nurcholis¹, Nina Noptrina², Dimas Wibisono³

^{1,3}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata, Indonesia

²Teknik Informatik, Fakultas Ilmu Teknik Komputer Universitas Alma Ata, Indonesia

202400185@almaata.ac.id¹, 203200113@almaata.ac.id², dimaswibisono@almaata.ac.id³

ABSTRAK

Abstrak: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki pengaruh yang penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia, karena UMKM memiliki kontribusi yang cukup besar baik dari segi pemberdayaan masyarakat, pendapatan negara (pajak usaha dagang) dan peluang munculnya pembisnis-pembisnis baru. Dengan banyaknya UMKM yang berkembang baik dari tingkat daerah sampai tingkat nasional, akan berdampak terhadap kondisi perekonomian masyarakat sekitar. Desa Wangandalem belum memiliki banyak kebijakan terkait pengembangan UMKM, oleh karena itu tujuan kami melakukan pengabdian ini agar bisa mendukung perkembangan UMKM yang sudah ada. Pada kegiatan pengabdian ini, kami melaksanakannya dua orang dengan menggunakan cara pengumpulan data dengan cara observasi lapangan, wawancara dan praktik langsung di lokasi. Sistem evaluasi diagnostic evaluation, formatitiv evaluation dan summative evaluation, dengan indikator keberhasilan yaitu publikasi jurnal ilmiah. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari Desa Wangandalem terdapat 12 dari 54 UMKM dengan tingkat presentase 22,2% UMKM yang berhasil didaftarkan.

Kata Kunci: Desa Wangandalem; Pengembangan UMKM; Digitalisasi.

Abstract: *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important influence on economic development in Indonesia, because MSMEs have quite a large contribution both in terms of community empowerment, state income (trade business tax) and opportunities for the emergence of new businesses. With so many MSMEs developing from regional to national level, this will have an impact on the economic conditions of the surrounding community. Wangandalem Village does not yet have many policies regarding the development of MSMEs, therefore our aim in carrying out this service is to support the development of existing MSMEs. In this service activity, we carried it out with two people using data collection methods through field observations, interviews and direct practice at the location. Evaluation system for diagnostic evaluation, formative evaluation and summative evaluation, with indicators of success, namely scientific journal publications. Based on the results obtained from Wangandalem Village, 12 out of 54 MSMEs with a percentage rate of 22.2% MSMEs were successfully registered.*

Keywords: Wangandalem Village; MSME Development; Digitalization.



Article History:

Received: 30-09-2023

Revised : 06-11-2023

Accepted: 08-11-2023

Online : 01-12-2023



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Seiring dengan adanya kemajuan teknologi, akses terbuka semakin mudah untuk memperoleh informasi yang diinginkan terkait produk atau sebuah layanan (Roldán-Álvarez et al., 2020; Todisco et al., 2021). Saat ini, media elektronik atau media sosial menjadi salah satu media utama untuk melakukan komunikasi, bisnis, dan pemasaran. Media sosial menggunakan teknologi yang tidak memiliki batasan wilayah dalam melakukan pemasaran. Teknologi membantu memasarkan, memperkenalkan dan menginformasikan layanan produk dalam menggunakan media sosial (Wibisono, 2020). Perkembangan teknologi memiliki pengaruh besar dalam mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat Indonesia yang menjalankan bisnis secara online maupun offline (Ikerismawati et al., 2023; Walalayo et al., 2022). Hal ini merupakan peluang bisnis yang sangat baik untuk dikembangkan. Jika media social atau teknologi yang ada sekarang dimanfaatkan secara optimal, hal itu dapat membantu UMKM dalam memperluas target pasar dan bisa menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu menggunakan cara - cara promosi yang efektif dan meningkatkan penjualan produk dengan memanfaatkan media social serta teknologi yang ada saat ini (Irfani et al., 2020).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau sering dikenal dengan singkatan UMKM, menurut Undang – Undang Nomor 2008 merupakan unit usaha produktif yang dimiliki baik orang perorangan dan atau badan usaha yang perorangan yang sesuai dengan kriteria Usaha Mikro yang ada dalam Undang – Undang. UMKM merupakan sebuah pondasi yang sangat diperlukan dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia karena dengan adanya UMKM secara langsung berdampak pada penciptaan lapangan kerja baru, pelaku usaha baru, dan produk domestik bruto (Asri Setiyani, Tri Yuliyanti, 2022).

Berdasarkan hasil pendataan dan survei di lapangan yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Alma Ata di Desa Wangadalem, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah, banyak UMKM potensial baik berupa usaha yang menghasilkan suatu produk atau jasa berkualitas. Mengutip dari web Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Memengah Provinsi Jawa Tengah jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Brebes yaitu 8.386 dengan penyerapan tenaga kerja laki – laki sejumlah 2056 orang dan tenaga kerja perempuan sejumlah 416 orang. Data tersebut setiap tahunnya dapat berubah – ubah dikarenakan banyak faktor yang menjadi penyebabnya, salah satu hal yang mempengaruhi jumlah populasi UMKM adalah kurangnya pemahaman terkait pengelolaan dan pengembangan inovasi usaha yang mereka miliki (Widiastuti, 2021; Candra et al., 2022). Sehingga dengan berbagai banyaknya hambatan di era revolusi industri 4.0 ini membuat para pembisnis mengalami kesulitan dalam berdagang pada tahun 2023 (Aripriabowo et al., 2019).

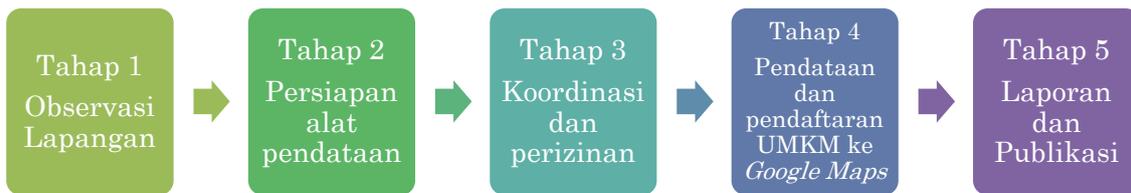
Tidak semua UMKM yang berada di Desa Wangandalem memahami dengan penuh pengaruh adanya teknologi bagi perkembangan usaha yang mereka miliki, berdasarkan survei yang kami dilakukan menghasilkan bahwa hanya sekitar 22% dari 54 sampel UMKM yang ada di desa wangandalem. Ada beberapa hal yang melatarbelakangi masyarakat belum menggunakan teknologi dalam bisnisnya, diantaranya kurangnya pengetahuan yang dimiliki masyarakat terkait teknologi yang ada (Berliana et al., 2020).

Akan tetapi dalam melakukan pemasaran para pelaku usaha masih melakukan secara yang cenderung tradisional seperti menitipkan barang dagangan ke toko lain sekitar desa, maupun menerima pesanan dari pihak tetangga rumah. Sehingga adanya kebiasaan seperti itu menciptakan jangkauan pemasaran menjadi sangat terbatas dan berdampak terhadap usaha yang dijalankan para warga belum bisa berkembang secara signifikan. Banyak usaha yang sebenarnya memiliki potensi yang besar untuk berkembang salah satunya yaitu usaha dibidang kuliner, tetapi kebanyakan pedagang belum memanfaatkan digitalisasi dalam usahanya. Oleh sebab itu dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Alma Ata kepada pemilik UMKM, diharapkan dapat turut serta berkontribusi dalam pengembangan usaha yang sudah ada di Desa Wangandalem (Oktorio Fadilla et al., 2023). Hal yang menjadi dasar pada dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Wangandalem yaitu karena Universitas Alma Ata mengimplementasikan tridharma perguruan tinggi yang salah satunya bertujuan untuk memberikan sumbangsih sosial dari Universitas Alma Ata dalam mengabdikan pada masyarakat, terutama terkait keterampilan dan pemahaman dalam menggunakan aplikasi *google maps* bagi para pemilik UMKM di Desa Wangandalem, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah (Faris Insani et al., 2022).

B. METODE PELAKSANAAN

Sistem evaluasi yang kami gunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ada tiga, yaitu pertama *diagnostic evaluation* atau evaluasi untuk mengetahui kelemahan dan kendala dalam kegiatan, kedua *formativ evaluation* atau evaluasi untuk memantau proses pelaksanaan kegiatan, dan ketiga *summative evaluation* atau evaluasi untuk menanalisa hasil akhir dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Sebagian besar warga di Desa Wangandalem merupakan seorang petani bawang, namun disamping itu banyak warga yang memiliki usaha lain yaitu UMKM dengan berbagai jenis mulai dari makanan, minuman, maupun jasa. Hal ini dilakukan warga dengan tujuan mendapatkan pendapatan tambahan selain daripada mengandalkan hasil pertanian. Metode pengabdian masyarakat dibagi menjadi 5 tahapan, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Kelompok 5 KKN-T Universitas Alma Ata pada pengabdian masyarakat kali ini diwakili oleh dua anggota dalam pelaksanaan pengembangan UMKM melalui digitalisasi sebagai media promosi di Desa Wangandalem. Ada 5 tahapan yang kami lakukan, yaitu:

1. Tahap pertama adalah melakukan observasi UMKM di lapangan selama tiga hari, hal ini kami lakukan untuk mengetahui perkiraan populasi UMKM yang ada di Desa Wangandalem.
2. Tahap kedua, kami melakukan persiapan pembuatan dan pencetakan *form* yang nantinya akan digunakan untuk pendataan UMKM.
3. Tahap ketiga yaitu koordinasi dan pengajuan perizinan terhadap pemerintah desa untuk melakukan kegiatan pendataan.
4. Tahap keempat, melakukan pendataan langsung pada tiap – tiap UMKM yang tadinya telah diobservasi serta memberikan *pretest* dan *posttest*.
5. Tahap kelima, pembuatan laporan dan publikasi hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan.

Adapun jadwal pelaksanaan pengabdian masyarakat, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

No	Kegiatan	Tanggal Kegiatan
1.	Observasi Lapangan	13 - 15 Agustus 2023
2.	Koordinasi dan perizinan kepada pemerintah Desa Wangandalem	16 - 17 Agustus 2023
3.	Pendataan dan Pendaftaran UMKM ke Google Maps	21 - 30 Agustus 2023
4.	Memberikan <i>from pre-test</i> dan <i>post test</i>	21 - 30 Agustus 2023
5.	Penyusunan Laporan Kegiatan	31 Agustus 2023
6.	Publikasi	17 September 2023

Tahap ke empat yaitu terjun ke lapangan untuk melakukan pendataan dan pendaftaran UMKM yang ada di Desa Wangandalem ke *google maps*, serta pemberian *pretest* dan *posttest* dengan rentang waktu kurang lebih

selama 10 hari, dimulai dari 21 Agustus – 30 Agustus 2023. Adapun Tahapan pendaftarah pada aplikasi google maps, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan pendaftarah pada aplikasi *google maps*

Pada tahap ini kami tidak hanya mendata namun memberikan edukasi dan pengetahuan akan pentingnya digitalisasi dalam pengembangan UMKM (Aushafina & Wikartika, 2023). Mulai manfaat dan cara menggunakan aplikasi *google maps* sebagai media promosi. Sebelum tahap keempat ini dilakukan terlebih dahulu kami membagikan *form pretest* dan *form posttest* setelah dilaksanakan penyampaian serta praktik yang dilakukan langsung oleh mitra. Berikut penjelasan mengenai proses pendaftaran di aplikasi *google maps*:

1. Sosialisai aplikasi *google maps*

Pada tahap ini dilakukan dengan menyampaikan gambaran kepada mitra UMKM di Desa Wangandalem tentang konsep dasar, manfaat yang akan diperoleh dan langkah - langkah menggunakan aplikasi *google maps* sebagai media pemasaran yang efektif.

2. Mengatur akun *google maps*

Langkah berikutnya adalah cara mengatur akun di aplikasi *google maps*. Langkah ini dilakukan dengan memberikan tips dan praktik secara langsung untuk login akun *google maps*, menambahkan atau membuat akun *google maps*, dan cara menghapus akun *google* yang sudah tidak terpakai di aplikasi *google maps*.

3. Menetapkan alamat di *google maps*

Selanjutnya memberikan petunjuk dan pelatihan cara *setting* alamat lokasi UMKM, pada tahap ini diberikan penjelasan mengenai cara menentukan alamat yang sesuai dengan lokasi UMKM dan cara menghapus lokasi UMKM yang salah di aplikasi *google maps*.

4. Membagikan lokasi dari *google maps*

Langkah berikutnya yang dilakukan yaitu memberikan petunjuk dan praktik secara langsung cara membagikan lokasi UMKM dari aplikasi *google maps* ke media sosial yang diinginkan.

5. Menambahkan foto dan akun media sosial ke *google maps*

Tahapan terakhir yaitu menambahkan foto terbaru dari UMKM yang di daftarkan ke aplikasi *google maps*, kemudian tahap berikutnya dilanjutkan dengan sinkronisasi akun media sosial milik UMKM seperti Instagram, Facebook, dan lainnya. Tahap terakhir dalam pengabdian masyarakat setelah tahap satu sampai empat selesai, yaitu menyusul laporan kegiatan dan melakukan publikasi hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wangandalem.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari pendataan yang telah dilakukan, mulai pendataan nama pemilik, nama unit usaha, jenis usaha, jam operasional, alamat, hari dan jam operasional, kontak person, segmentasi pasar hingga meanyakan kendala yang diamali selama berjualan. Tujuan diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat adalah untuk memberikan tambahan pemahaman dan membuka peluang baru bagi masyarakat di Desa Wangandalem dalam mengembangkan usahanya ditengah banyaknya persaingan bisnis yang ada di wilayah Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah (Lestari et al., 2022).

Dalam pendataan ini kam tidak hanya membantu para pemilik UMKM mendaftarkan tempat usahanya ke *google maps*, sebagai bentuk pendigitalisasian usaha dan memperluas jangkauan pasar. Pada kesempatan *door to door* yang kami berdua lakukan kami memberikan edukasi juga terhadap bagaimana cara mengelola atau mengupdate status usahanya di *google maps*, sehingga dengan berbagai kendala yang telah ditemui sebelumnya seperti belum punya banyak pelanggan, permodalan, dan banyaknya UMKM yang memiliki kesamaan dalam usaha, harapan kami dimasa yang akan datang ilmu yang kami bagikan dapat bermanfaat dan bisa membarikan solusi dari masalah yang ada, salah satunya dengan media digital *google maps*. Pada pendataan yang dilakukan kami memperoleh 54 data UMKM yang berada di Desa Wangandalem, kami berhasil mendaftarkan 12 unit usaha ke *google maps* dikarenakan banyak yang masih ragu akan adanya kemajuan teknologi yang cukup pesat walaupun sudah diberikan pengertian dan pemahaman terkait hal tersebut, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data UMKM Desa Wangandalem

No	Nama Pemilik Usaha	Nama Unit Usaha	Alamat Usaha	Hari & Jam Operasional	Lama usaha
1	Bapak Carmadi	Jual Pakan Burung	Wangandalem RT 7 RW 3	Setiap Hari 06.00 - 22.00	4 Tahun
2	Bapak Wanito Swandi	Wandi Service	Wadngandalem RT 6 RW 3	Setiap Hari 24 Jam	1 Tahun
3	Ibu Susnita	Warung Sayur	Wangandalem RT 4 RW 3	Setiap Hari 04.00 - 21.00	30 Tahun

4	Ibu Neni Herawati	Warung Mbak Wati	Wangandalem RT 6 RW 3	Setiap hari 08.00 - 18.00	1 Tahun
5	Bapak Dirjo	Warung Pandu	Wangandalem RT 4 RW 3	Setiap Hari 06.00 - 23.00	10 Tahun
6	Ibu Daifah	Toko Daifah	Wangandalem RT 05 RW 03	Setiap hari 05.00 - 19.00	25 tahun
7	Bapak Bambang Syaifudin	Usaha Jual Beli Bawang	Wangandalem RT 3 RW 3 No 8	Setiap hari 00.00 - 23.59	9 Tahun
8	Ibu Rina Sri Handayani	Mie Ayam Ceker	Wangandalem RT 2 RW 2, No. 2	Senin – Sabtu 16.00 - 21.00	7 Tahun
9	Ibu Emi	Pondok Mbok'e	Wangadalem RT 2 RW 1	Setiap Hari 10.00 - 20.00	8 Bulan
10	Bapak Imam Bukhori	Jus Syifa	Wangandalemn RT 03, RW 01	Setiap Hari 10.00 - 20.00	6 Bulan
11	Ibu Syahtina	Kedai Opal	Wangandalem RT 02/RW 03	Setiap Hari 09.00 - 19.00	4 Bulan
12	Bapak Mokh. Abu Subekhi	Toko Sembako M.Plastik	Wangandalem RT 05 RW 01	Setiap Hari 07.00 - 23.00	5 Tahun

Survei, 2023

Berdasarkan hasil pendataan dan pengaduan di lapangan, mendapatkan hasil bahwa 12 dari 54 UMKM Desa Wangandalem yang telah diberikan pemahaman terkait aplikasi *google maps*, rata – rata UMKM yang berhasil didaftarkan di *google maps*, memiliki kesamaan hari operasional yaitu setiap hari buka dan rata – rata unit usaha yang bervariasi mulai bahan makanan, makanan siap saji dan jasa, seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Peningkatan pengetahuan yang memiliki usaha

No	Jenis Pelatihan	Pengetahuan Mitra (0-100)	
		Sebelum	Setelah
1	Saya mengetahui manfaat aplikasi <i>google maps</i> sebagai alternatif media promosi.	60	90
2	Saya mengetahui cara membagikan lokasi atau peta UMKM dari aplikasi <i>google maps</i> .	30	85
3	Saya mengetahui cara menambahkan foto pada aplikasi <i>google maps</i> .	25	85
4	Saya mengetahui cara <i>login</i> ke akun <i>google</i> di aplikasi <i>google maps</i> .	30	70

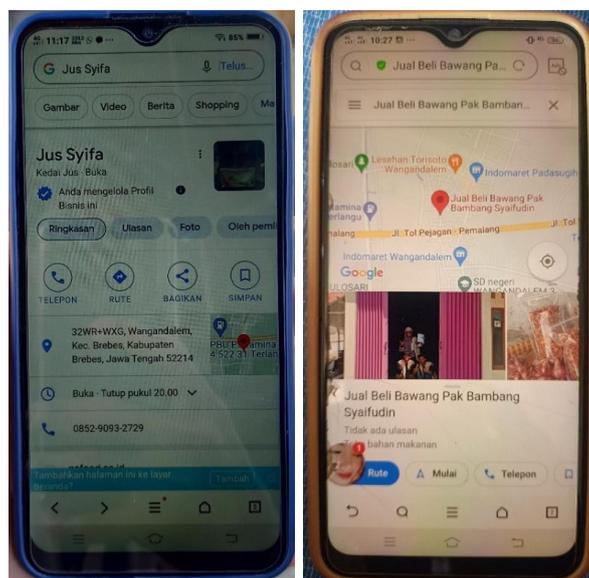
Hasil dari *pretest* dan *posttest* untuk pengukuran tingkat pengetahuan para pemilik UMKM di Desa Wngandalem mengenai aplikasi *google maps* menghasilkan peningkatan yang cukup signifikan, mulai dari pengetahuan terkait manfaat *maps* yang meningkat 50%, kemudian cara membagikan lokasi dari *google maps* mengalami peningkatan dari skor 30 menjadi 85, menambahkan foto pada aplikasi *maps* meningkat 240% dan pengetahuan

tentang cara login akun *google* di aplikasi *google maps* meningkat dari skor 30 menjadi 70 atau meningkat 133%, seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Keterampilan peserta setelah pelatihan

No	Jenis Pelatihan	Keterampilan Mitra (0-100)	
		Sebelum	Sesudah
1	Saya mengetahui cara aplikasi <i>google maps</i> bisa berguna sebagai alternatif media promosi.	35	90
2	Saya mengetahui cara membagikan lokasi atau peta UMKM dari aplikasi <i>google maps</i> .	40	85
3	Saya mengetahui cara menambahkan foto pada aplikasi <i>google maps</i> .	30	85
4	Saya mengetahui cara <i>login</i> ke akun <i>google</i> di aplikasi <i>google maps</i> .	30	80

Berdasarkan hasil dari pengabdian yang dilakukan, para pemilik UMKM di Desa Wangndalem menjadi lebih paham mengenai cara pengoperasian aplikasi *google maps*, baik dari cara *google maps* berguna untuk media promosi dengan peningkatan 257%, selain itu para mitra juga memahami bagaimana cara membagikan lokasi dari aplikasi *google maps* dengan skor 40 naik menjadi 85. Kemudian cara menambahkan foto dengan tingkat keterampilan naik 283% dan peningkatan skor 50 terkait cara login akun *google* di aplikasi *google maps*. Sehingga dari adanya peningkatan keterampilan ini bisa membantu pemilik UMKM dalam mengikuti adanya perkembangan teknologi dan persaingan bisnis saat ini, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Pendaftaran di Google Maps

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa kami berhasil mendaftarkan 22,2% dari 54 UMKM yang ada di Desa Wangandalem, serta sukses dalam memberikan pemahaman dan keterampilan bagi para pemilik UMKM terkait aplikasi *google maps* dengan rata – rata *presentase* peningkatan pengetahuan 227% dan keterampilan 252%. Dengan adanya kerjasama yang baik antara pihak pemerintah dan pemilik UMKM maka bisa didapat hasil yang maksimal dan signifikan terhadap perkembangan usaha di Daerah Wangandalem.

Untuk kegiatan pengabdian masyarakat kedepannya disarankan untuk memperluas dan memperbarui data populasi UMKM yang ada di Desa Wangandalem agar hasil dapat lebih akurat serta dapat menjadi dasar dalam melakukan pengembangan UMKM. Serta pemerintah desa perlu memperbanyak kegiatan yang berkaitan dengan pelatihan dan pendampingan UMKM yang ada di Desa Wangandalem agar nantinya masyarakat lebih paham bagaimana cara mengelola usahanya di tengah – tengah persaingan bisnis yang semakin padat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas selesainya kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait pengembangan UMKM di Desa Wangandalem, Tim Penilus mengucapkan terimakasih atas kerjasamanya kepada pemerintah yang telah memberikan izin kepada peneliti dengan menjadikan UMKM sebagai subjeknya. Pihak selanjutnya yaitu para pemilik UMKM yang telah bersedia memberikan informasi dan data terkait pengembangan UMKM.

DAFTAR RUJUKAN

- Aripriabowo, T., Masrurroh, L., Rosita, I., & Fitrieningisih. (2019). Pengembangan Umkm Melalui Manajemen Usaha Di Desa Gondang. *Jurnal Penamas Adi Buana*, 2(Vol 2 No 2 (2019): Januari), 39–43. <http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/penamas/article/view/1838>
- Asri Setiyani, Tri Yuliyanti, D. R. (2022). Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 425–433.
- 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>
- Berlilana, B., Utami, R., & Baihaqi, W. M. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi Industri 4.0 terhadap Perkembangan UMKM Sektor Industri Pengolahan. *Matrix : Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, 10(3), 87–93. <https://doi.org/10.31940/matrix.v10i3.1930>
- Candra, E., Suryani, E., & Putra, P. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Kue Tradisional Dusun Junti Kaum. *An-Nizam*, 1(3), 157–164. <https://doi.org/10.33558/an-nizam.v1i3.5426>
- Faris Insani, S., Syahrial, Y., & Putra, A. P. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google

- Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari Article Info. *Jurnal Warta LPM*, 25(1), 44–56. <http://journals.ums.ac.id/index.php/warta>
- Ikerismawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Seban Kota Pasuruan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1294–1302. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.3139>
- Industri, E. R. A., Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). *Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UKM Dalam Menghadapi*. 3(3), 651–659.
- Lestari, A. S., Wahyuningsih, N., Maharani, N., Sanjaya, L., Putra, A. P., & Khomariah, A. (2022). Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: DIKMAS*, 887(3), 2022. <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas>
- Oktorio Fadilla, D., Aplikasi Google Maps Sebagai Upaya Branding Umkm Di Desa Kebondalem Oleh Mahasiswa Kkn-T Upn, P., Timur, J., Athiyah Kurniawan, R., Bagus Anindya Hariwicaksana, I., Ayu Rashida, F., Hafsyah Maulidinna Nurrul, P., Heru Alfin Maulana, M., & Billah, tasim. (2023). The Use Of Google Maps As A Branding Effort For Small Businesses In Kebondalem Village By Kkn-T Students Of Upn “Veteran” East Java. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2(2), 130–135.
- Roldán-Álvarez, D., Baceo, A., Martín, E., & Haya, P. A. (2020). Impact of different interaction protocols on group communication, satisfaction and learning outcomes of primary school children when using multitouch tabletops. *Computers and Education*, 152(July 2019). <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103875>
- Todisco, L., Tomo, A., Canonico, P., Mangia, G., & Sarnacchiaro, P. (2021). Exploring social media usage in the public sector: Public employees’ perceptions of ICT’s usefulness in delivering value added. *Socio-Economic Planning Sciences*, 73, halaman 100858. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100858>
- Walalayo, R., Manuputty, E. A. W., & ... (2022). Pemanfaatan Google Maps Dalam Mempromosikan Objek Wisata Tebing Makariki Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru Kabupaten *Jurnal Administrasi ...*, 1(1), 23–34. <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JAT/article/view/1168/562>
- Wibisono, D. (2020). Marketing Strategy of Madilog Coffee Shop using Influencers through Instagram Social Media. *Jurnal Ad’ministrare*, 7(1), 191. <https://doi.org/10.26858/ja.v7i1.14664>
- Widiastuti, T. (2021). Strategi Digital Marketing Untuk Peningkatan Penjualan Jajan Tradisional Umkm Di Kelurahan Mlatibaru Semarang. *Jurnal Riptek*, 15(1), 64–69. <https://doi.org/10.35475/ripteck.v15i1.116>