

Pendampingan UMKM dalam Pembuatan dan Pendaftaran Lokasi Bisnis di Google Maps pada Desa Bangun Purba

Putri Nilam Sari ^{a,1,*}; Ismail Husein ^{a,2}; Nur Aisyah ^{a,3}; Anggi Nurmala ^{a,4}; Uci Kirani Rambe ^{a,5}

^a Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

¹ putrinilam122@gmail.com; ² husein@gmail.com; ³ nuraisyahharahap908@gmail.com; ⁴ nuramalaanggi02@gmail.com; ⁵ ucikirani2@gmail.com

 <https://doi.org/10.25134/jise.v4i3.175>

Article history: Received November 11, 2025; Revised November 25, 2025; Accepted November 27, 2025; Available online Desember 5, 2025

Abstrak: Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam melakukan pemasangan pin lokasi usaha pada Google Maps agar lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Melalui fitur petunjuk arah, berbagi lokasi, serta ulasan yang disertai foto, pelaku usaha dapat mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi usaha sekaligus memperoleh umpan balik atas layanan yang diberikan. Program pengabdian ini menggunakan metode pemberdayaan masyarakat melalui sosialisasi dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM di Desa Bangun Purba. Sebanyak 12 pelaku UMKM berhasil mendaftarkan lokasi usahanya, dengan 10 di antaranya mendapatkan ulasan pelanggan pertama dalam minggu pertama setelah verifikasi. Data usaha yang terdaftar kini menampilkan informasi akurat, mudah diakses, dan muncul dalam pencarian relevan di Google Maps. Selain itu, ulasan pelanggan terbukti meningkatkan kredibilitas dan menarik minat konsumen baru.

Kata Kunci: Pemasaran digital; UMKM; Google Maps

Abstracts: This activity aims to assist MSME entrepreneurs in installing business location pins on Google Maps so that they can be more easily found by consumers. Through the features of directions, location sharing, and reviews with photos, business owners can help consumers locate their businesses more easily while also receiving feedback on the services provided. This community service program uses an empowerment approach through socialization and direct assistance to MSME actors in Bangun Purba Village. A total of 12 MSMEs successfully registered their business locations, with 10 of them receiving their first customer reviews within the first week after verification. The registered business data now displays accurate information, is easy to access, and appears in relevant Google Maps searches. In addition, customer reviews have proven to increase credibility and attract new consumers.

Keyword: Digital Marketing; MSMEs; Google Maps.

1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, di tengah perkembangan teknologi digital, masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu beradaptasi sehingga daya saing mereka belum optimal. Hasil survei awal menunjukkan bahwa di Desa Bangun Purba terdapat 9 UMKM yang sudah terdaftar di Google Maps sebelum pelaksanaan pendampingan. Dalam kegiatan ini, tim menambahkan 3 UMKM baru, sementara 2 UMKM masih berada pada tahap verifikasi, dan 1 UMKM telah berhasil muncul dan dapat diakses di Google Maps.

Kondisi ini menunjukkan keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku UMKM pedesaan. Banyak yang masih mengandalkan pemasaran konvensional, sehingga jangkauan pasar menjadi sempit. Pengabdian ini menawarkan kebaruan berupa pendampingan teknis langsung untuk pembuatan akun Google Maps sebagai sarana promosi digital berbasis lokasi.

Penggunaan Google My Business terbukti dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperkuat citra bisnis, serta memberi akses pada ulasan pelanggan. Oleh karena itu, program ini diharapkan mampu mendorong transformasi digital UMKM di Desa Bangun Purba.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Sektor ini berkontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, menekan tingkat pengangguran, serta menggerakkan roda perekonomian di tingkat lokal maupun nasional Lubis & Salsabila, (2024). UMKM juga dikenal memiliki ketahanan yang tinggi terhadap ketidakpastian ekonomi serta fleksibilitas dalam menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar. Namun demikian, di tengah pesatnya perkembangan revolusi industri 4.0, masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital, sehingga daya saing mereka di pasar modern belum optimal.

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan terhadap pola pemasaran dan perilaku konsumen. Digitalisasi menjadi tuntutan yang tidak dapat dihindari bagi pelaku usaha agar tetap relevan dan mampu menjangkau konsumen secara lebih luas. Sayangnya, sebagian besar pelaku UMKM, khususnya di daerah pedesaan, masih memiliki keterbatasan dalam literasi digital. Hambatan ini umumnya disebabkan oleh minimnya akses terhadap perangkat teknologi, kurangnya pelatihan, serta rendahnya pemahaman akan manfaat penerapan teknologi digital Maimuna et al., (2024). Padahal, pemanfaatan berbagai platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan layanan peta digital berpotensi menjadi solusi efektif dalam meningkatkan daya saing dan eksistensi usaha kecil.

Salah satu bentuk penerapan digitalisasi yang sederhana namun memiliki dampak besar adalah penggunaan aplikasi Google Maps. Aplikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi, tetapi juga sebagai sarana promosi digital melalui fitur Google My Business. Melalui fitur tersebut, pelaku usaha dapat menampilkan informasi penting seperti lokasi, jam operasional, foto produk, serta ulasan pelanggan secara daring. Dengan demikian, konsumen dapat dengan mudah menemukan dan mengenali usaha tersebut tanpa batasan jarak RAMDANI, (2023). Keberadaan UMKM di platform ini dapat meningkatkan visibilitas bisnis, memperluas jangkauan pasar, serta membangun kepercayaan publik terhadap usaha lokal.

Potensi ekonomi desa sebenarnya cukup besar, namun sering kali belum tergarap dengan optimal karena keterbatasan akses terhadap teknologi digital. Banyak pelaku UMKM di pedesaan yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional seperti promosi dari mulut ke mulut. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pasar menjadi sempit dan perkembangan ekonomi desa berjalan lambat. Melalui program pendampingan digitalisasi berbasis Google Maps, masyarakat dapat memperoleh kemampuan baru dalam mengelola dan mempromosikan usaha mereka secara mandiri. Pendampingan ini juga menjadi langkah strategis dalam menumbuhkan kesadaran akan pentingnya transformasi digital di kalangan pelaku usaha kecil Rukmawati & Deniaty, (2025).

Kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM ini bertujuan untuk memberikan pelatihan serta bimbingan langsung kepada pelaku usaha dalam proses pendaftaran dan optimalisasi profil bisnis mereka di Google Maps. Melalui kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan kemampuan pemasaran digital, memperkuat citra usaha (*branding*), serta memperluas jangkauan konsumen lintas wilayah. Lebih jauh, inisiatif ini diharapkan mampu berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian lokal, membuka peluang kerja baru, serta menjadi inspirasi bagi desa-desa lain untuk melaksanakan transformasi digital serupa.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode Sisdamas (Sistem Pemberdayaan Masyarakat), yaitu suatu pendekatan pembelajaran partisipatif yang melibatkan mahasiswa secara aktif dalam proses sosialisasi dan pendampingan masyarakat. Metode ini bertujuan untuk mengintegrasikan pengetahuan akademik dengan kebutuhan nyata di lapangan, sehingga masyarakat tidak hanya menjadi objek kegiatan, tetapi juga subjek yang berperan dalam proses pemberdayaan. Melalui pendekatan Sisdamas, masyarakat didorong untuk lebih mandiri dan mampu mengatasi berbagai permasalahan sosial di lingkungannya Jawari et al., (2024).

Pengabdian dilaksanakan menggunakan metode Sistem Pemberdayaan Masyarakat (Sisdamas) dengan pendekatan partisipatif. Kegiatan dilakukan di Balai Desa Bangun Purba, Kecamatan Bangun Purba, Kabupaten Deli Serdang.

Tabel 1. Kegiatan dan Tempat Pelaksanaan

No	Kegiatan	Deskripsi	Lokasi
1	Jumlah peserta	12 pelaku UMKM	Desa Bangun Purba
2	Mayoritas perempuan	Usia 25–45 tahun	Desa Bangun Purba
3	Jenis usaha	Kuliner, Kerajinan, Florist, dan Jasa	Desa Bangun Purba

Dalam pelaksanaannya, implementasi digitalisasi usaha lokal dilakukan melalui program pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. Program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM, tetapi juga pada transformasi digital sebagai langkah nyata memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas bisnis lokal di era teknologi. Kegiatan dilaksanakan secara bertahap, dimulai dari sosialisasi pentingnya eksistensi digital, dilanjutkan dengan pendampingan teknis pembuatan akun bisnis, hingga tahap verifikasi dan publikasi lokasi usaha secara daring. Dengan demikian, pelaku UMKM di Desa Bangun Purba memperoleh keterampilan praktis untuk mengelola kehadiran digital usahanya secara mandiri dan berkelanjutan.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, dilakukan survei pendahuluan guna memetakan kondisi dan potensi UMKM yang terdapat di desa mitra. Kegiatan survei dilaksanakan secara langsung dengan metode *door-to-door* untuk memperoleh data yang akurat terkait jumlah pelaku usaha, jenis produk yang dihasilkan, serta berbagai kendala yang dihadapi dalam aspek pemasaran. Selain itu, tim pelaksana juga melakukan koordinasi dengan perangkat desa dalam rangka menentukan dan menetapkan daftar UMKM yang akan menjadi peserta dalam program pendampingan Muhammad et al., (2024).

2. Tahap Sosialisasi dan Edukasi

Setelah seluruh data awal berhasil dikumpulkan, kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi kepada para pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha, khususnya melalui pemanfaatan Google Maps untuk memperluas jangkauan pasar. Pada tahap ini, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep dasar pemasaran digital, urgensi kehadiran bisnis secara online, serta pengenalan terhadap fitur Google My Business sebagai salah satu media promosi yang mudah digunakan dan tidak berbayar. Melalui sosialisasi ini, diharapkan para pelaku UMKM memperoleh wawasan baru mengenai strategi promosi digital yang efektif dan berkelanjutan Sidabutar et al., (2025).



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Sumber :Penulis (2025)

3. Tahap Pendampingan Teknis

Tim pelaksana memberikan pendampingan kepada para pelaku UMKM dalam proses pembuatan dan pengelolaan akun Google, pendaftaran lokasi usaha, serta pengisian informasi bisnis yang mencakup nama usaha, kategori produk, alamat lengkap, jam operasional, kontak, dan foto pendukung. Selain itu, kegiatan ini juga meliputi bimbingan teknis mengenai prosedur verifikasi lokasi melalui sistem Google Maps serta panduan dalam memperbarui informasi bisnis secara berkala agar data yang ditampilkan tetap akurat dan relevan Rahmanida et al., (2025).

4. Tahap Evaluasi dan Monitoring

Setelah seluruh peserta berhasil melakukan pendaftaran lokasi usahanya, kegiatan dilanjutkan dengan tahap evaluasi yang dilaksanakan melalui metode wawancara dan observasi lanjutan. Tahap ini bertujuan untuk menilai sejauh mana terjadi peningkatan pemahaman serta keterampilan para pelaku UMKM setelah memperoleh pendampingan. Selain itu, tim pelaksana juga melakukan monitoring terhadap hasil implementasi dengan meninjau perubahan tingkat visibilitas usaha di platform Google Maps serta menganalisis dampaknya terhadap peningkatan jumlah kunjungan konsumen dan volume penjualan Iskandar, (2024).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil pendampingan UMKM di Desa Bangun Purba

Tabel 2. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

No	Indikator	Jumlah
1	Peserta UMKM	12
2	UMKM berhasil membuat akun Google Maps	3
3	Lokasi berhasil diverifikasi	1
4	UMKM menerima ulasan pelanggan pertama	1

Hasil ini sejalan dengan temuan Rahmanida et al. (2025) yang menyatakan bahwa digitalisasi lokasi usaha di Google Maps meningkatkan visibilitas bisnis dan memperkuat citra merek. Selain dampak teknis, kegiatan ini juga menghasilkan dampak sosial, seperti meningkatnya rasa percaya diri pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital.

1. UMKM florist “Sun Florist and Gifts” berhasil muncul pada pencarian “florist Bangun Purba”.
2. Pelaku UMKM melaporkan peningkatan interaksi pelanggan melalui fitur pesan dan telepon.

1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

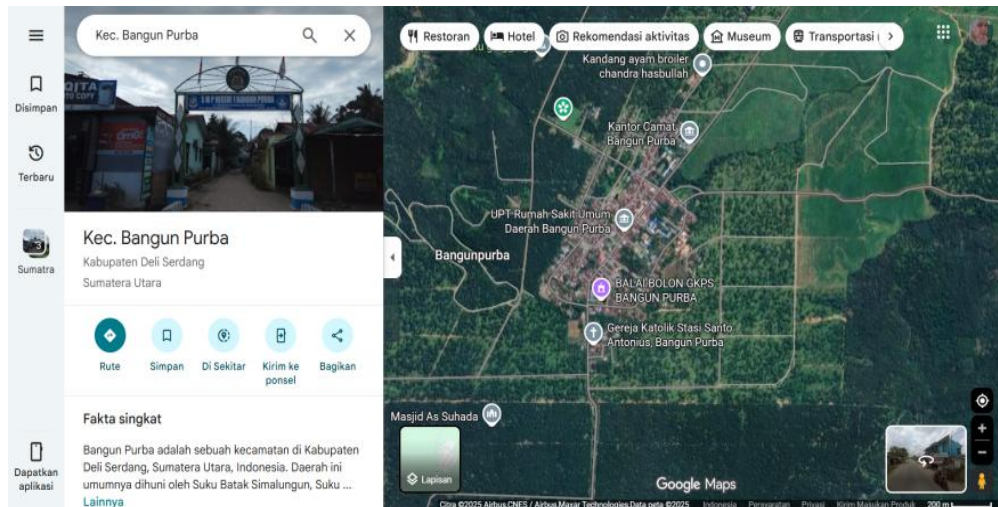
Kegiatan KKN dilaksanakan pada tanggal 02 Agustus 2025 s/d 02 September 2025, berlokasi di Desa Bangun Purba, Kecamatan Bangun Purba, Kabupaten Deli Serdang. Adapun rincian mengenai waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.

Tabel 2. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

No	Kegiatan	Tanggal	Lokasi
1	Observasi	9 Agustus 2025	Desa Bangun Purba
2	Perencanaan Program	13 Agustus 2025	Desa Bangun Purba
3	Sosialisasi UMKM dan Pelaksanaan Program	30 Agustus 2025	Desa Bangun Purba

Pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang difasilitasi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) dilaksanakan di Desa Bangun Purba, Kecamatan

Bangun Purba, Kabupaten Deli Serdang. Lokasi kegiatan tersebut dapat dilihat pada Gambar 2, yang menampilkan peta wilayah tempat pelaksanaan program pengabdian berlangsung.



Gambar 2. Lokasi Kegiatan KKN

2. Hasil Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, beberapa pelaku UMKM berperan sebagai mitra yang aktif terlibat dalam seluruh rangkaian program. Para mitra tersebut dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam hal pengelolaan media promosi yang belum berjalan secara optimal Rachmatsyah, (2025). Sebagai langkah untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pelaksana kegiatan menyelenggarakan pelatihan digital marketing yang berfokus pada pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai media promosi usaha. Melalui pelatihan ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital guna memperluas jangkauan pemasaran dan memperkuat eksistensi usaha di era digital.



Gambar 3. Sosialisasi pada Pelaku UMKM

Tahap awal pelaksanaan kegiatan, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3, dimulai dengan kegiatan sosialisasi kepada para pelaku UMKM mengenai konsep dasar digital marketing, tujuan penerapannya, contoh penerapan yang relevan, serta strategi pemanfaatannya, termasuk penggunaan Google Maps sebagai media promosi usaha Ardiyansyah et al., (2023). Setelah sesi sosialisasi berlangsung, para pelaku UMKM diarahkan untuk membuat akun Google Maps apabila belum memilikinya. Sementara itu, bagi pelaku usaha yang telah memiliki akun, diberikan pendampingan lanjutan terkait pengelolaan dan optimalisasi akun tersebut.

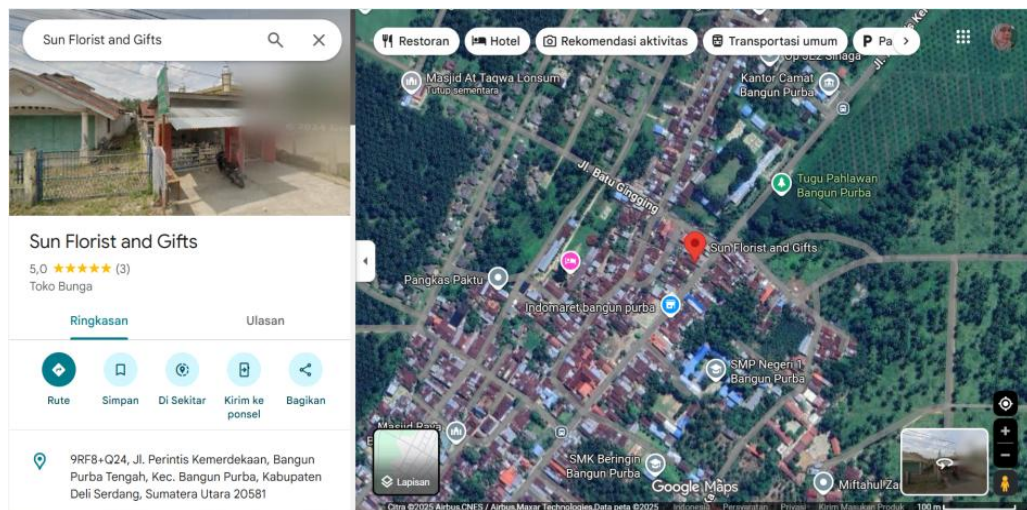
Selain itu, tim KKN turut membantu pelaku UMKM dalam proses pengaturan alamat usaha dengan cara menempatkan pin lokasi secara tepat dan menambahkan informasi bisnis ke dalam

Google Maps. Langkah berikutnya yaitu memilih opsi tambah lokasi yang belum ada, kemudian melengkapi data usaha yang mencakup nama bisnis, kategori usaha, serta alamat lengkap sebagaimana ditampilkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Pendaftaran dan Pemasangan Pin pada Lokasi UMKM

Pelaku UMKM yang telah melakukan pendaftaran lokasi usahanya di Google Maps umumnya harus menunggu proses verifikasi dari pihak Google selama kurang lebih 24 jam. Setelah tahap verifikasi atau persetujuan tersebut selesai, lokasi usaha akan secara resmi terdaftar dan dapat ditampilkan di aplikasi Google Maps, sehingga informasi mengenai usaha tersebut dapat diakses oleh masyarakat secara luas.



Gambar 5. Lokasi UMKM pada Google Maps

Gambar 5 memperlihatkan hasil akhir dari pembuatan lokasi usaha Sun Florist and Gifts yang kini dapat diakses dan ditemukan melalui aplikasi Google Maps. Melalui kegiatan pendampingan serta sosialisasi terkait optimalisasi strategi pemasaran berbasis Google Maps, diharapkan para pelaku UMKM di Desa Bangun Purba mampu mengembangkan usahanya secara lebih efektif serta memperluas jangkauan pasar agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial.

3. Tahap Monitoring Evaluasi

Pada tahap monitoring dan evaluasi, dilakukan proses peninjauan kembali terhadap hasil validasi pendaftaran lokasi usaha di Google Maps yang telah dilaksanakan sebelumnya. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa proses pendaftaran telah berjalan dengan baik serta untuk

mengidentifikasi berbagai kendala yang mungkin muncul agar dapat segera dilakukan langkah perbaikan dan optimalisasi.

Kegiatan pendampingan pembuatan lokasi usaha di Google Maps dilaksanakan melalui tiga tahap pertemuan. Pertemuan pertama diarahkan pada kegiatan observasi terhadap pelaku UMKM, yaitu Sun Florist and Gifts. Pertemuan kedua berfokus pada proses pembuatan akun bisnis serta penentuan titik lokasi usaha secara langsung di lapangan. Adapun pertemuan ketiga difokuskan pada tahap validasi, guna memastikan bahwa titik lokasi yang tercantum di Google Maps telah sesuai dengan posisi usaha yang sebenarnya. Dengan demikian, calon pembeli dapat menemukan lokasi usaha dengan mudah dan tanpa kesalahan arah.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diperoleh pemahaman mengenai berbagai strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan produk UMKM di Desa Bangun Purba. Salah satu strategi yang terbukti efektif adalah melalui pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. Langkah ini membantu memperluas jangkauan pasar serta menarik lebih banyak pelanggan potensial, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan para pelaku usaha. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan literasi digital dan memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi yang modern dan efisien. Kegiatan ini berhasil meningkatkan literasi digital peserta sebesar 40%, khususnya dalam penggunaan Google Maps sebagai media pemasaran. Pendaftaran lokasi usaha di Google Maps terbukti menjadi strategi efektif dalam meningkatkan visibilitas dan jangkauan pemasaran. Untuk keberlanjutan program, akan dibentuk Kelompok Pendamping Digital UMKM Desa Bangun Purba yang bertugas melakukan pembaruan data, pelatihan lanjutan, dan pendampingan bagi UMKM baru.

Melalui proses pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, UMKM di Desa Bangun Purba memperoleh berbagai manfaat, antara lain dapat menampilkan profil usaha secara daring dengan informasi yang menarik dan relevan, menyediakan data yang akurat bagi konsumen, serta meningkatkan visibilitas usaha dalam hasil pencarian produk sejenis. Selain itu, ulasan dan penilaian yang diberikan oleh pelanggan berperan penting sebagai bentuk social proof yang dapat memperkuat kredibilitas dan kepercayaan calon pembeli terhadap usaha tersebut.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Desa Bangun Purba perlu terus mengembangkan dan mengoptimalkan penggunaan Google Maps sebagai media promosi digital alternative yang dapat dijalankan secara mandiri dan berkelanjutan. Melalui optimalisasi ini, diharapkan citra dan branding usaha lokal semakin kuat, mudah dikenali, serta lebih mudah diakses oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyansyah, A., Fahrizal, F., & Nurkhayati, A. (2023). Peningkatan Kompetensi Pemasaran Produk Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM. *TAAWUN*, 3(02), 182–190.
- Iskandar, N. M. (2024). Peningkatan Kualitas Pembelajaran melalui Evaluasi yang Efektif: Tinjauan Terhadap Praktik dan Metode Evaluasi. *Karimah Tauhid*, 3(2), 2270–2287.
- Jawari, F. A., Atsilah, F. D., & Oktaviani, H. (2024). Peran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) SISDAMAS Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Cijagra Dusun 02 RW 04. *Proceedings Uin Sunan Gunung Djati Bandung*, 5(1), 1–14.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110.
- Maimuna, F. F., Roroa, N. A. F., Misrah, M., Oktavianty, O., & Agit, A. (2024). Transformasi digital dalam kewirausahaan: Analisis faktor penghambat dan pendorong perkembangan ekonomi digital. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial*, 1(1), 187–198.
- Muhammad, A. H., Diyaurrehman, A., Madani, M. P., & Rahmawati, L. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Program Digitalisasi Lokasi UMKM dan Pembuatan Peta Potensi Umkm di Desa Rangkah.

Kampelmas, 3(2), 701–713.

- Rachmatsyah, T. H. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Teknologi untuk Optimalisasi UMKM sebagai Pilar Utama Ekonomi Indonesia. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 164–173.
- 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.
- RAMDANI, A. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Variasi Produk, dan Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada UMKM (Studi Kasus UMKM Binaan Rumah BUMN Purwokerto). *Purwokerto: UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri*.
- Rukmawati, D., & Deniaty, D. (2025). *Optimalisasi Pemasaran Berkelanjutan UMKM Kuliner Melalui Pendampingan Digital Marketing*. 4(2), 39–45.
- Sidabutar, J. L., Fadhilah, A. N., Rachmanda, K. P., Nainggolan, M. G. G., Siboro, N. J., & Cristiano, V. Y. (2025). Digitalisasi Pemetaan UMKM Desa Munder Sebagai Strategi Peningkatan Akses Pasar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sosial Politik (JPMSP)*, 2(2), 69–78.